

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФГАОУ ВПО «Российский государственный
профессионально-педагогический университет»

А. Г. Мокронос

ЭКОНОМИКА ОТРАСЛИ

Учебное пособие

*Допущено Учебно-методическим объединением
по профессионально-педагогическому образованию в качестве
учебного пособия для студентов высших учебных заведений,
обучающихся по специальности 050501.18 – Профессиональное обучение
(экономика и управление)*

Екатеринбург
РГППУ
2012

УДК 621:338(075.8)

ББК У2/4я73-1

М74

Мокроносов, А. Г.

М74 Экономика отрасли: учебное пособие / А. Г. Мокроносов.

Екатеринбург: Изд-во Рос. гос. проф.-пед. ун-та, 2012. 218 с.

ISBN 978-5-8050-0471-2

Рассматриваются вопросы формирования отраслевой структуры экономики, методы анализа отраслевого рынка, механизмы обеспечения отраслевой конкурентоспособности, а также проблемы стратегического развития отраслей в условиях инновационной экономики.

Учебное пособие адресовано студентам, обучающимся по специальности 050501 Профессиональное обучение (по отраслям), а также студентам экономических специальностей, преподавателям, аспирантам и другим категориям научных, профессионально-педагогических работников.

УДК 621:338(075.8)

ББК У2/4я73-1

Рецензенты: д-р экон. наук, проф. Т. К. Руткаускас (ФГАОУ ВПО «Российский государственный профессионально-педагогический университет»); д-р экон. наук, доц. О. А. Козлова (Институт экономики Уральского отделения Российской академии наук)

ISBN 978-5-8050-0471-2

© ФГАОУ ВПО «Российский
государственный профессионально-
педагогический университет», 2012

© Мокроносов А. Г., 2012

Введение

В условиях рыночных отношений повышается актуальность проблемы обеспечения устойчивой конкурентоспособности национальной экономики. Решение данной проблемы невозможно осуществить без глубоких знаний в области отраслевой структуры экономики, современных методов изучения отраслевых рынков, закономерностей и тенденций процессов экономической концентрации, их взаимосвязи с технологической модернизацией производства.

В целях успешной конкуренции на мировом рынке отечественный менеджмент должен владеть умением анализа и оценки отраслей с точки зрения их привлекательности для развития бизнеса, выявления факторов конкурентоспособности, связанных с экономической концентрацией, интеграционными процессами, реструктуризацией товарных рынков. Между тем отечественной литературы по отраслевой рыночной экономике явно недостаточно, а зарубежные источники не всегда должным образом учитывают специфику монополизации российского производства, особенности формирования и развития его отраслевой структуры.

Цель учебного пособия – оказание помощи студентам в изучении основных теоретических положений отраслевой экономики, предусмотренных государственным стандартом. Большое внимание уделено следующим вопросам:

- понятию отрасли, особенностям существующей отраслевой классификации;
- методическим подходам к определению количественных и качественных параметров отраслевого товарного рынка;
- измерению рыночной власти хозяйствующих субъектов, выявлению ее источников и причин возникновения;
- анализу различных типов рыночных структур и особенностям их конкурентных отношений;
- экономическому содержанию и формам проявления экономической концентрации в отрасли;
- методическим подходам к оценке конкурентоспособности отрасли;
- государственному регулированию отраслевой структуры экономики.

Освоение курса предполагает изучение основ микроэкономики, в том числе вопросов, касающихся поведения фирм на рынках совершенной и несовершенной конкуренции.

Теоретические положения экономики отрасли в данном учебном пособии рассмотрены в двух аспектах: с точки зрения изготовителей продукции развитие отрасли анализируется как совокупность предприятий, производящих конструктивно однородную продукцию на базе родственных технологий, при этом основной акцент в исследовании делается на анализе эффективности используемых активов; с точки зрения потребителей продукции отрасль рассматривается в разрезе функционирования отраслевых товарных рынков, при этом основное внимание уделяется рыночному механизму взаимодействия предприятий, факторам обеспечения их устойчивой конкурентоспособности.

Использование в учебном процессе данного пособия поможет студентам более глубоко понять экономическое содержание понятия «отрасль», освоить современные методы анализа отраслевой структуры экономики и отраслевых товарных рынков.

Глава 1. ОТРАСЛЕВАЯ СТРУКТУРА ЭКОНОМИКИ

1.1. Отрасль как продукт общественного разделения труда

В экономической науке под *отраслью* понимают совокупность предприятий, занимающихся определенной деятельностью, отличной от деятельности других подразделений общественного производства. В литературе можно встретить использование понятия «отрасль» применительно к совершенно разным по масштабу, особенностям, роли в экономической деятельности подобным совокупностям. Большинство экономистов рассматривает отрасль как совокупность предприятий, обладающих общностью экономического назначения продукции, основных видов потребляемого сырья и материалов, методов технологии и организации производства, профессионального состава кадров.

Формирование и развитие отраслевой структуры экономики отражают диалектический процесс перехода от менее зрелых форм сотрудничества к более зрелым. В основе укрепления взаимосвязей между производителями лежит *общественное разделение труда* – дифференциация в обществе различных социальных функций, выполняемых определенными социальными группами, и выделение в соответствии с этим различных сфер и подразделений экономики.

При разделении труда лишь малая доля потребностей человека может быть удовлетворена за счет продуктов его собственного труда. Значительно большую их часть экономический агент, будь то отдельный человек, простая или комплексная экономическая единица, может удовлетворить за счет обмена.

Другой стороной разделения труда является его кооперация, которая приводит к более тесному соединению экономических агентов.

Производительная сила обобществляемого труда в результате разделения и кооперации труда несоизмеримо увеличивается при машинном производстве, где «кооперативный характер процесса труда становится технической необходимостью, диктуемой природой самого средства труда»¹.

¹ Маркс К. Капитал: критика политической экономии // Маркс К., Энгельс Ф. Соч.: в 50 т. 2-е изд. М.: Госполитиздат, 1960. Т. 23. С. 397.

По сравнению с простой кооперацией и мануфактурой труд, использующий возможности крупной машинной индустрии, имеет отличительные особенности. Во-первых, в движение приводится значительно бóльшая масса средств производства. Во-вторых, существенно уменьшается удельный вес живого труда в совокупных затратах производства. Труд все больше выполняет регулирующие и управленческие функции и выходит за рамки непосредственного процесса производства.

Обобществление производства осуществляется через развитие функциональных форм его организации: концентрации, централизации, кооперации, комбинирования, специализации, дифференциации, диверсификации и интеграции.

Различают следующие *формы общественного разделения труда*:

- 1) о б щ а я – между отраслями экономики;
- 2) ч а с т н а я – в отдельных отраслях экономики;
- 3) е д и н и ч н а я – внутри отдельных предприятий.

Профиль тех или иных экономических агентов формируется на основе разных принципов, зависящих от формы общественного разделения труда. Так, экономические агенты высокого уровня, возникающие в результате общего разделения труда, обособляются главным образом по принципу различий их экономического предназначения в сочетании с особенностями применяемых материалов, сырья, средств и методов производства и квалификацией кадров. Например, промышленность призвана либо извлекать (добывающая), либо перерабатывать (обрабатывающая) природные ресурсы для удовлетворения нужд, потребностей и запросов других экономических агентов в средствах и предметах потребления. Экономическая роль сельского хозяйства заключается в обеспечении других экономических агентов продуктами питания (людей) и исходным сырьем (промышленность). Экономическая роль транспорта – доставка промежуточных и готовых продуктов соответствующим экономическим агентам, а также пассажирские перевозки и т. п.

Экономические агенты, возникающие в результате частного разделения труда, представляют собой более дробные подразделения национальной экономики. Так, промышленность делится на подразделения, различающиеся по конкретному экономическому назначению, а также по физическому принципу, лежащему в основе выпускаемой продукции (машиностроение, радиопромышленность, электронная промышленность, химическая промышленность и т. п.). Эти подразделения получили название отраслей промышленности. Анало-

гично выделяются отрасли сельского хозяйства (земледелие, животноводство, овощеводство и т. д.); транспорта (железнодорожный транспорт, водный транспорт, авиация и т. п.) и др.

Процесс выделения новых или прекращения существования старых отраслей всех уровней получил название *отраслевой дифференциации производства*.

Частное разделение труда приводит к образованию не только комплексных структур, какими являются отрасли промышленности, но и простых структурных единиц, представляемых различными организациями.

Наряду с отраслевой дифференциацией частное разделение труда проявляется в развитии *специализации производства*, результатом которой выступает повышение продуктивности использования ресурсов не только отдельного предприятия, но и групп предприятий, связанных друг с другом кооперативными связями по поставкам взаимодополняющих товаров и отдельных частей, деталей, полуфабрикатов, а также по выполнению стадий или отдельных операций технологического процесса.

Таким образом, хозяйственный комплекс страны включает совокупность взаимодействующих между собой простых и комплексных экономических агентов, возникающих под воздействием различных форм общественного разделения труда. От характера их взаимодействия зависят уровень эффективности использования ресурсов и степень конкурентного преимущества национальной экономики.

Общественное разделение труда в масштабах национальной экономики характеризуется прежде всего обособлением в рамках экономики страны крупных образований (*отраслей*), своеобразных видов общественного производства. Процесс обособления подобных образований отличается значительной продолжительностью, исчисляющейся десятилетиями. По мере ускорения научно-технического прогресса темпы этого процесса также ускоряются.

Долгое время отраслевое развитие было очень медленным. Возникновение новых отраслей являлось крупнейшим историческим событием. Лишь три века тому назад началось бурное развитие экономики и быстрое формирование новых отраслей, о чем свидетельствует резкий рост валового внутреннего продукта (ВВП), доходов на душу населения, вызванный общественным разделением труда и ростом его производительности.

Внутри крупных отраслей народного хозяйства, складывающихся на основе общественного разделения труда, выделяются *подотрасли*, которые представляют собой совокупность предприятий, производящих однородную продукцию, или учреждений, связанных с выполнением определенных общественных функций.

Ступени отраслевой дифференциации характеризуются этапами частного разделения труда, на которых созревают условия для экономического обособления производства тех или иных подразделений, обладающих общностью назначения продуктов деятельности, применяемого сырья и методов осуществления данного вида экономической деятельности (производства, торговли, различного рода услуг). Эти подразделения на каждой ступени достигают определенного уровня развития: степени эксплуатационной и производственной общности выпускаемых товаров и услуг, концентрации и специализации деятельности; объема и стабильности внутренних (для данной совокупности) производственных и научно-технических связей.

Своевременное обнаружение нового отраслевого подразделения национальной экономики необходимо прежде всего для организации статистического наблюдения за его развитием и определения влияния этого подразделения на макроэкономические показатели развития национальной экономики.

Процесс формирования отраслей и подотраслей достаточно сложен. Он проходит ряд характерных этапов, к числу которых относятся:

- зарождение в недрах существующей отрасли новых видов экономической деятельности;
- постепенное нарастание масштабов этой деятельности и усиление ее влияния на уровень развития национальной экономики;
- созревание новых отраслей (подотраслей), их экономическое обособление в качественно новые ответвления экономической деятельности.

Экономическое обособление вида деятельности наступает тогда, когда этот вид начинает оказывать существенное влияние на величину валового национального продукта (ВНП) и потреблять значимую долю ресурсов.

Обнаружить момент созревания отрасли (подотрасли) можно на основе непрерывного статистического наблюдения, выражающегося в постоянно обновляемых классификациях структурных элементов национальной экономики.

Исходя из сказанного можно определить набор показателей, позволяющих количественно и качественно оценить интенсивность и глубину процесса отраслевой дифференциации экономической деятельности.

Интенсивность отраслевой дифференциации может быть оценена среднегодовыми темпами прироста числа отраслевых подразделений разного уровня, учитываемых государственной статистикой.

Глубина процесса отраслевой дифференциации может быть охарактеризована следующими показателями:

- количество учитываемых отраслевых подразделений каждого уровня;
- доля того или иного отраслевого подразделения в валовом национальном продукте или валовом внутреннем продукте страны;
- количество отраслевых подразделений низшего уровня, входящих в отраслевое подразделение более высокого уровня.

Специализация экономической деятельности осуществляется в первую очередь в отношении экономических агентов – производителей товаров и услуг – с целью повышения эффективности этой деятельности. Поэтому уровень специализации должен оценивать степень благоприятствования предпосылок повышения эффективности того или иного вида деятельности. Поскольку эффективность экономической деятельности во многом зависит от масштаба производства, не менее важной, чем степень общности параметров используемых ресурсов, предпосылкой является близость фактических объемов деятельности к оптимальным, т. е. соответствующим определенным критериям эффективности.

Таким образом, важнейшими в плане анализа специализации экономической деятельности, определения ее уровня являются принципы:

- количественной и качественной оценки степени общности экономической деятельности;
- определения экономически эффективных объемов экономической деятельности;
- соизмерения степени общности и экономически эффективных масштабов экономической деятельности.

Оценка степени общности экономической деятельности базируется на классификации, в процессе которой выделяются совокупности видов деятельности с различной степенью сходства параметров используемых ресурсов, а также принципов построения процесса осуществления экономической деятельности.

Количественная оценка степени общности экономической деятельности может осуществляться с помощью следующих показателей: числа совокупностей видов деятельности, выполняемых предприятием в соответствии с его миссией; доли преобладающей совокупности в общем объеме его деятельности.

Чем больше видов деятельности реализует предприятие, тем меньше степень общности деятельности и, следовательно, тем менее благоприятны предпосылки для достижения высокого уровня эффективности производства. Чем выше доля преобладающей совокупности, чем бóльшим сходством параметров ресурсов и характера процесса достижения результатов обладает эта совокупность, тем выше степень общности параметров экономической деятельности предприятия.

Если предприятие изготавливает изделия, которые могут быть отнесены к разным видам деятельности, и число этих видов достаточно велико, то степень общности производственного процесса данного предприятия не может быть признана высокой.

Аналогично можно оценить степень общности процесса оказания услуг (например, торговых, посреднических и др.) того или иного экономического агента.

Рассматривая уровень специализации экономической деятельности в качестве предпосылки повышения эффективности этой деятельности, можно заключить, что сочетание высокой степени общности процесса достижения результатов экономической деятельности с оптимальными ее масштабами создает благоприятные предпосылки для достижения высокого уровня продуктивности использования ресурсов фирмы. Количественно эта взаимосвязь может быть выражена показателем уровня специализации экономического агента (Y_i^{cn}):

$$Y_i^{cn} = \frac{\alpha_i Q}{Q_{opt\ i}},$$

где α_i – доля преобладающей совокупности видов экономической деятельности i -й ступени общности в общем объеме деятельности экономического агента;

Q – общий объем экономической деятельности в течение года;

$Q_{opt\ i}$ – оптимальный объем экономической деятельности i -го вида.

Из данного выражения следует, что, чем ближе к оптимальному для данной ступени общности объем экономической деятельности и чем выше степень общности этой деятельности, тем выше уровень специализации экономического агента. Наивысшим является уровень специализации, при котором экономический агент занимается одним видом деятельности, объем которой оптимален¹.

1.2. Виды и классификация отраслей

Отраслевая структура экономики отражает взаимосвязь основных отраслевых элементов, а также характер необходимых и существенных связей между ними. В зависимости от целей анализа используются различные варианты выделения и группировки отраслей.

Весь хозяйственный комплекс можно разделить на следующие *группы отраслей*:

- *отрасли материального производства*: промышленность, строительство, сельское хозяйство, а также отрасли, связанные со снабжением населения продукцией, т. е. заготовки, материально-техническое снабжение, торговля и общественное питание;

- *отрасли непроеизводственной сферы*: жилищно-коммунальное хозяйство, бытовое обслуживание, транспорт, связь и т. п.;

- *отрасли социального обслуживания населения*: здравоохранение, наука, культура и искусство, образование, отрасли управления и обороны.

Для изучения экономики большое значение имеет отраслевая функциональная классификация. Она включает четыре группы отраслей. *Первая группа* (первичные отрасли) – добывающая промышленность и сельское хозяйство; *вторая группа* (вторичные отрасли) – обрабатывающая промышленность; *третья группа* – транспорт, торговля, жилищное строительство, здравоохранение; *четвертая группа* – управление, наука и научное обслуживание, образование.

Развитие производства приводит к постоянному выделению новых отраслей производства, особенно на базе научно-технического прогресса. При этом наблюдается тенденция снижения доли добывающих отраслей за счет роста доли наукоемких.

¹ Градов А. П. Отраслевая дифференциация и специализация производства в машиностроении. Л.: Машиностроение, 1976. 206 с.

Характерной чертой современной структуры экономики является наличие отраслевых и межотраслевых комплексов. В настоящее время идет процесс укрепления производственных связей, интеграции разных ступеней производства. Сложились такие комплексы, как топливно-энергетический, металлургический, машиностроительный, химико-лесной, строительный, агропромышленный, транспортный. Все эти комплексы имеют сложную и дифференцированную структуру.

В условиях развития рыночных отношений все большее значение приобретает инфраструктура – совокупность материальных средств для обеспечения производственных и социально-бытовых потребностей. Она подразделяется на производственную и социальную. Производственная инфраструктура включает транспорт, связь, складское и тарное хозяйства, материально-техническое снабжение, инженерные сооружения, газо- и нефтепроводы, ирригационные системы и т. д.; социальная – пассажирский транспорт, жилищно-коммунальное хозяйство городов и населенных пунктов. Отрасли инфраструктуры, как производственной, так и социальной, играют важную роль в усилении комплексности экономики и в освоении новых территорий.

При переходе к рыночным отношениям в России сложилась нерациональная отраслевая структура. Отрасли материального производства составляли свыше 70 %, отрасли непроизводственной сферы – менее 30 %. В цивилизованных странах отрасли социальной, непроизводственной сферы составляют свыше 50 %.

Важнейшей сферой в отраслевой структуре мирового хозяйства остается промышленность, которая подразделяется на добывающую и обрабатывающую. Обрабатывающие отрасли обеспечивают уровень технического развития других сфер хозяйства, так как в них аккумулируются научно-технические достижения. В развитых странах на них приходится 83 % промышленной продукции и 23 % ВВП, в развивающихся – соответственно 73 и 20 %.

По экономическому назначению продукции вся промышленность делится на две большие группы: производство средств производства (группа А) и производство предметов потребления (группа Б). Доля продукции отраслей группы А составляет более 65 %. Деление промышленности на группы имеет важное экономическое значение. Оно позволяет определить натурально-вещественный состав произведенной продукции, вычислить долю каждой группы в общем объеме

промышленного производства и на этой основе установить правильное соотношение между производством средств производства и производством предметов потребления.

По мере развития стран осуществляется переход от базовых отраслей, являющихся ресурсоемкими, к наукоемким отраслям. При этом наблюдается определенная последовательность в переходе сначала от сырьевых и технически несложных производств к капиталоемким, а затем и к наукоемким.

Для повышения эффективности управления экономикой разрабатываются и применяются различные классификации отраслей. Так, в СССР в период административно-командной экономики существовал Общесоюзный классификатор отраслей народного хозяйства (ОКОНХ) как составная часть Единой системы классификации и кодирования технико-экономической информации.

ОКОНХ представлял собой группировку видов деятельности по отраслям, отличающимся характером функций, выполняемых ими в системе общественного разделения труда. На его основе осуществлялась группировка предприятий и организаций по отраслям с целью обеспечения научного анализа межотраслевых связей и пропорций в развитии народного хозяйства, сопоставимости показателей при анализе экономической эффективности общественного производства и роста производительности общественного труда, а также увязки показателей, характеризующих развитие экономики страны.

Классификационной единицей отрасли являлось состоящее на самостоятельном балансе предприятие (организация). Каждое отдельное предприятие (организация) в зависимости от характера основного вида деятельности относилось к какой-либо отрасли народного хозяйства.

Если на предприятии существовали подразделения, выполнявшие различные по своему характеру функции, и если они имели самостоятельную систему учета и выделялись в отдельные учетные единицы (жилищно-коммунальные, медицинские, культурно-бытовые, промышленные, сельскохозяйственные, строительные, торговые и др.), то такие производства и подразделения относились к тем отраслям народного хозяйства, которые соответствовали характеру их деятельности в общественном разделении труда. Например, подсобное сельское хозяйство при промышленном предприятии относилось к отрасли «Сельское хозяйство», подсобное промышленное производство при стройке – к отрасли «Промышленность» и т. д.

Структурные подразделения предприятий (цехи, мастерские, отделы), осуществлявшие внутренние перевозки и снабженческо-сбытовую деятельность, организации и пункты связи, машиносчетные станции, а также базы и склады предприятий, учреждений и организаций, не выделенные на самостоятельный баланс, учитывались по основной деятельности этих предприятий, учреждений и организаций. Так, в отрасли «Промышленность» учитывались промышленно-производственная деятельность промышленных предприятий, состоявших на самостоятельном балансе, и подсобные промышленные производства при непромышленных организациях, выделенные в отдельные учетные единицы; в отрасли «Сельское хозяйство» – сельскохозяйственная деятельность совхозов, колхозов и подсобные сельскохозяйственные производства при предприятиях и учреждениях, выделенные в отдельные учетные единицы; в отрасли «Строительство» – строительномонтажная деятельность и т. д.

В классификаторе был предусмотрен следующий перечень отраслей (с учетом укрупненных) народного хозяйства:

1. Промышленность.
 - 1.1. Электроэнергетика.
 - 1.2. Топливная промышленность.
 - 1.3. Черная металлургия.
 - 1.4. Цветная металлургия.
 - 1.5. Химическая и нефтехимическая промышленность.
 - 1.6. Машиностроение и металлообработка.
 - 1.7. Деревообрабатывающая и целлюлозно-бумажная промышленность.
 - 1.8. Промышленность строительных материалов.
 - 1.9. Стекольная и фарфорофаянсовая промышленность.
 - 1.10. Легкая промышленность.
 - 1.11. Пищевая промышленность.
 - 1.12. Микробиологическая промышленность.
 - 1.13. Мукомольно-крупяная и комбикормовая промышленность.
 - 1.14. Медицинская промышленность.
 - 1.15. Полиграфическая промышленность.
 - 1.16. Другие промышленные производства.
2. Сельское хозяйство.
3. Лесное хозяйство.

4. Рыбное хозяйство.
5. Транспорт и связь.
6. Строительство.
7. Торговля и общественное питание.
8. Материально-техническое снабжение и сбыт.
9. Заготовки.
10. Информационно-вычислительное обслуживание.
11. Операции с недвижимым имуществом.
12. Общая коммерческая деятельность по обеспечению функционирования рынка.
13. Геология и разведка недр, геодезическая и гидрометеорологическая службы.
14. Прочие виды деятельности сферы материального производства.
15. Жилищно-коммунальное хозяйство.
16. Непроизводственные виды бытового обслуживания населения.
17. Здравоохранение, физическая культура и социальное обеспечение.
18. Народное образование.
19. Культура и искусство.
20. Наука и научное обслуживание.
21. Финансы, кредит, страхование, пенсионное обеспечение.
22. Управление.
23. Общественные объединения.

Директивный характер планирования в советский период обусловил существенные особенности в использовании термина «отрасль», в большей степени характеризующего процесс централизованного формирования производственных комплексов. Указанные особенности нашли отражение в выделении трех отраслевых структур, применяемых в практике управления народным хозяйством. К ним относятся:

1) *производственно-технологическая структура* – деление продукции по экономическому назначению, однородности потребляемого при ее производстве сырья и применяемых технологических процессов. Данную структуру составляют условно выделяемые однородные продуктовые группы – «чистые» отрасли;

2) *хозяйственно-организационная структура* – совокупность предприятий, относимых существующей системой статистической отчетности к тем или иным отраслям;

3) *ведомственно-управленческая структура* – совокупность хозяйственных объектов, управляемых из единого центра – министерства или ведомства.

Отнесение предприятий к отраслевым подразделениям по признаку производственно-технологического подобию затруднено в силу следующих причин:

- предприятия производят, как правило, разнообразную продукцию с различным набором потребительских характеристик;
- из одного и того же сырья, на одном и том же предприятии возможно получение продукции различных отраслей;
- один и тот же технологический процесс применяется для производства различных продуктов в разных отраслях.

Вследствие значительных несовпадений признаков, характеризующих «чистую» отрасль, крупные отраслевые комплексы выделялись как хозяйственные образования, т. е. как совокупность предприятий на основе преобладающего назначения производимой ими продукции, применяемого технологического процесса или используемого сырья. Практика статистического учета показала внутреннюю противоречивость вышеуказанной отраслевой классификации и позволила выработать компромиссное решение вопроса об отраслевой принадлежности предприятий. Отраслевой профиль предприятия устанавливался по тому виду производимой продукции, который имел наибольший удельный вес. При этом показатель удельного веса не являлся определенным и неизменным.

С переходом от планового ассортимента выпускаемой продукции к самостоятельно определяемому объему и номенклатуре производства в соответствии с требованиями рынка хозяйствующие субъекты, тем не менее, остались в статистическом плане по-прежнему закрепленными за теми отраслями, в рамках которых они создавались. Поэтому при наблюдении товарных групп возникают сложности с выделением «чистых» отраслей, отражающих производство однородной продукции как на профильных предприятиях отраслей, так и на непрофильных предприятиях, не причисленных к соответствующим отраслям.

Вышеуказанные недостатки устраняет рыночный подход к пониманию отрасли как совокупности предприятий, выпускающих взаимозаменяемую продукцию, т. е. предлагающих покупателям товары,

относящиеся к одному товарному рынку. В соответствии с данным подходом под отраслью понимается рынок группы взаимозаменяемых товаров, и, следовательно, отрасль и товарный рынок трактуются в значительной мере идентично. Отрасль, как и рынок, является континуумом (от лат. *continuum* – сплошное), т. е. образованием, обладающим известными свойствами непрерывности.

Различие между указанными понятиями заключается в том, что отрасли определяются как более широкие секторы экономики. Это различие обуславливается возможностью использования двух подходов к определению взаимозаменяемости (субституции) товаров: заменяемость со стороны спроса и со стороны предложения. Например, рынок легковых автомобилей со стороны спроса возможно рассматривать отдельно от рынка грузовых автомобилей. Более того, на основе ценовых различий на рынке легковых автомобилей возможно выделять единичные целевые рынки, в частности рынок автомобилей класса люкс. Однако со стороны предложения может формироваться иное представление о взаимозаменяемости автомобилей. Если изготовители имеют возможность переключения с производства автомобилей класса люкс на производство семейных пикапов или спортивных автомобилей, то это существенно изменяет масштабы субституции. Индустрия легковых автомобилей нередко переходит на производство пикапов и легковых грузовиков, поскольку их можно изготавливать на тех же предприятиях с использованием унифицированных узлов и деталей.

Если рынок представляет собой явление, анализируемое с позиции спроса, то отрасль рассматривается с позиции предложения товаров на рынке. Она представляет собой совокупность предприятий, производящих продукты, вошедшие в границы отраслевого рынка, на базе схожих ресурсов и аналогичных технологий. Различия между отраслевым рынком и отраслью основаны на том, что рынок объединен удовлетворяемой потребностью, а отрасль – характером используемых активов. Поэтому товары, реализуемые предприятиями отрасли, могут быть более или менее близкими заменителями либо совершенно независимыми товарами.

На практике разграничение рынков и отраслей зависит от целей исследования. Чем более долгосрочными являются принимаемые решения, тем шире границы рассматриваемых рынков, так как эффект взаимозависимости проявляется в стратегической долгосрочной пер-

спективе. Поэтому в целях микроанализа целесообразно использование понятия «рынок», а в случае макроэкономического подхода к исследованию рыночной взаимозаменяемости со стороны предприятия необходимо использование понятия «отрасль». При проведении анализа конкурентоспособности товаров, их цен и объемов реализации обычно рассматривается товарный рынок. Для оценки конкурентной среды, барьеров входа и выхода, перспектив развития данного рынка целесообразно исследование соответствующей отрасли.

Рыночный подход реализуется в системе международных экономико-статистических квалификаций, в том числе Международной стандартной отраслевой классификации всех видов экономической деятельности (МСОК), использование которой предписано странами – членами Европейского союза (ЕС). В настоящее время в российскую статистику и экономику внедрен адаптированный к МСОК Общероссийский классификатор видов экономической деятельности (ОКВЭД), который включает перечень классификационных группировок видов экономической деятельности и их описания (табл. 1).

Таблица 1

Структура ОКВЭД на уровне разделов, подразделов и классов

Разделы и подразделы	Наименования разделов и подразделов	Коды и наименования классов, входящих в разделы и подразделы
1	2	3
A	Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	01 Сельское хозяйство, охота и предоставление услуг в этих областях 02 Лесное хозяйство и предоставление услуг в этой области
B	Рыболовство, рыбоводство	05 Рыболовство, рыбоводство и предоставление услуг в этих областях
C CA	Добыча полезных ископаемых Добыча топливно-энергетических полезных ископаемых	10 Добыча каменного угля, бурого угля и торфа 11 Добыча сырой нефти и природного газа, предоставление услуг в этих областях 12 Добыча урановой и ториевой руд
CB	Добыча полезных ископаемых, кроме топливно-энергетических	13 Добыча металлических руд 14 Добыча прочих полезных ископаемых

Продолжение табл. 1

1	2	3
<i>D</i>	Обрабатывающие производства	
<i>DA</i>	Производство пищевых продуктов, включая напитки и табак	15 Производство пищевых продуктов, включая напитки 16 Производство табачных изделий
<i>DB</i>	Текстильное и швейное производство	17 Текстильное производство 18 Производство одежды
<i>DC</i>	Производство кожи, изделий из кожи и производство обуви	19 Производство кожи, изделий из кожи и производство обуви
<i>DD</i>	Обработка древесины и производство изделий из дерева	20 Обработка древесины и производство изделий из дерева и пробки
<i>DE</i>	Целлюлозно-бумажное производство; издательская и полиграфическая деятельность	21 Производство целлюлозы, древесной массы, бумаги, картона и изделий из них 22 Издательская и полиграфическая деятельность, тиражирование записанных носителей информации
<i>DF</i>	Производства кокса, нефтепродуктов и ядерных материалов	23 Производство кокса, нефтепродуктов и ядерных материалов
<i>DG</i>	Химическое производство	24 Химическое производство
<i>DH</i>	Производство резиновых и пластмассовых изделий	25 Производство резиновых и пластмассовых изделий
<i>DI</i>	Производство прочих неметаллических минеральных продуктов	26 Производство прочих неметаллических минеральных продуктов
<i>DJ</i>	Металлургическое производство и производство готовых металлических изделий	27 Металлургическое производство 28 Производство готовых металлических изделий
<i>DK</i>	Производство машин и оборудования	29 Производство машин и оборудования
<i>DL</i>	Производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования	30 Производство офисного оборудования и вычислительной техники 31 Производство электрических машин и электрооборудования

Продолжение табл. 1

1	2	3
		32 Производство аппаратуры для радио, телевидения и связи 33 Производство изделий медицинской техники, средств измерений, оптических приборов и аппаратуры, часов
<i>DM</i>	Производство транспортных средств и оборудования	34 Производство мебели и прочей продукции, не включенной в другие группировки 37 Обработка вторичного сырья
<i>E</i>	Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	40 Производство, передача и распределение электроэнергии, газа, пара и горячей воды 41 Сбор, очистка и распределение воды
<i>F</i>	Строительство	45 Строительство
<i>G</i>	Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	50 Торговля автотранспортными средствами и мотоциклами, их техническое обслуживание и ремонт 51 Оптовая торговля, включая торговлю через агентов, кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами 52 Розничная торговля, кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами; ремонт бытовых изделий и предметов личного пользования
<i>H</i>	Гостиницы и рестораны	55 Деятельность гостиниц и ресторанов
<i>I</i>	Транспорт и связь	60 Деятельность сухопутного транспорта 61 Деятельность водного транспорта 62 Деятельность воздушного транспорта 63 Вспомогательная и дополнительная транспортная деятельность 64 Связь

Окончание табл. 1

1	2	3
<i>J</i>	Финансовая деятельность	65 Финансовое посредничество 66 Страхование 67 Вспомогательная деятельность в сфере финансового посредничества и страхования
<i>K</i>	Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	70 Операции с недвижимостью 71 Аренда машин и оборудования без оператора, прокат бытовых изделий и предметов личного пользования 72 Деятельность, связанная с использованием вычислительной техники и информационных технологий 73 Научные исследования и разработки 74 Предоставление прочих видов услуг
<i>L</i>	Государственное управление и обеспечение военной безопасности; обязательное социальное обеспечение	75 Государственное управление и обеспечение военной безопасности; обязательное социальное обеспечение
<i>M</i>	Образование	80 Образование
<i>N</i>	Здравоохранение и предоставление социальных услуг	85 Здравоохранение и предоставление социальных услуг
<i>O</i>	Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	90 Удаление сточных вод, отходов и аналогичная деятельность 91 Деятельность общественных объединений 92 Деятельность по организации отдыха и развлечений, культуры и спорта 93 Предоставление персональных услуг
<i>P</i>	Предоставление услуг по ведению домашнего хозяйства	95 Предоставление услуг по ведению домашнего хозяйства
<i>Q</i>	Деятельность экстерриториальных организаций	99 Деятельность экстерриториальных организаций

В ОКВЭД использованы иерархический метод классификации и последовательный метод кодирования. Код группировок видов экономической деятельности состоит из двух – шести цифровых знаков и его структура имеет следующий вид:

- XX – класс;
- XX.X – подкласс;
- XX.XX – группа;
- XX.XX.X – подгруппа;
- XX.XX.XX – вид.

В классификатор введены разделы и подразделы с сохранением их буквенных обозначений, например:

Раздел *D*. Обрабатывающие производства

Подраздел *DK*. Производство машин и оборудования

29 Производство машин и оборудования

29.1 Производство механического оборудования

29.11 Производство двигателей и турбин, кроме авиационных, автомобильных и мотоциклетных двигателей

29.11.1 Производство двигателей, кроме авиационных, автомобильных и мотоциклетных

29.11.2 Производство турбин

29.11.21 Производство паровых турбин

29.11.22 Производство гидравлических турбин и водяных колес

29.11.23 Производство газовых турбин, кроме турбореактивных и турбовинтовых.

Различия между ОКОНХ и ОКВЭД обнаруживаются не только в перечне группировок и их содержании, но и, прежде всего, в самом принципе классификации: единицей классификации в ОКОНХ является состоящее на самостоятельном балансе предприятие, в ОКВЭД – вид экономической деятельности, который характеризуется затратами на производство, процессом производства и выпуска продукции (оказания услуг). В качестве классификационных признаков видов экономической деятельности в ОКВЭД используются признаки, характеризующие сферу деятельности, процесс (технология) производства и т. п. В качестве дополнительного (в пределах одного и того же процесса производства) может выделяться признак «используемые сырье и материалы».

В соответствии с международной практикой в ОКВЭД не учитываются такие классификационные признаки, как форма собственности, организационно-правовая форма и ведомственная подчиненность хозяйствующих субъектов, не делается различий между внутренней и внешней торговлей, рыночными и нерыночными, коммерческими и некоммерческими видами экономической деятельности.

Несмотря на ряд преимуществ ОКВЭД, при работе с данным классификатором возникают существенные проблемы. Например, серьезные изменения произошли в классификации промышленности. Самостоятельного вида деятельности «Промышленность» в ОКВЭД нет. Практически вся промышленная деятельность сгруппирована в трех разделах: разделе *С* «Добыча полезных ископаемых», разделе *D* «Обрабатывающие производства», разделе *E* «Производство и распределение электроэнергии, газа и воды». Кроме того, в раздел *С* включен подраздел «Эксплуатационное бурение скважин», отнесенный в ОКОНХ к отрасли «Строительство». При проведении сравнительного анализа следует учитывать возможную несопоставимость данных.

В разделе *D* «Обрабатывающие производства» изменения коснулись практически всех производств, но в большей мере – отрасли ОКОНХ «Машиностроение и металлообработка». Теперь эта отрасль представлена самостоятельными видами деятельности: «Производство машин и оборудования», «Производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования», «Производство транспортных средств», «Металлургическое производство и производство готовых металлических изделий» и др. Ранее предприятия машиностроительного комплекса, выпускающие аналогичную продукцию, входили в одну подотрасль ОКОНХ, теперь они относятся к различным видам деятельности. Это связано прежде всего с тем, что определение того или иного вида экономической деятельности согласно ОКВЭД носит заявительный характер, т. е. зависит от установки самого хозяйствующего субъекта.

В структуре ОКВЭД отсутствует вид деятельности «Жилищно-коммунальное хозяйство», что затрудняет оценку деятельности предприятий этой отрасли. Жилищно-коммунальное хозяйство в ОКВЭД разбито на самостоятельные виды деятельности, которые входят в раздел *E* «Производство и распределение электроэнергии, газа, воды», отнесенный к промышленным видам деятельности.

Одной из особенностей перехода с ОКОНХ на ОКВЭД является замена важнейшего стоимостного показателя промышленного производства «выпуск товаров и услуг» на показатель «отгружено товаров, выполнено работ и услуг». Вместе с тем, как и ранее, индекс физического объема промышленного производства рассчитывается через натуральные показатели выпуска промышленной продукции и услуг, т. е. стоимостные показатели базируются на данных по отгрузке товаров и выполнению услуг, а индексы промышленного производства – на данных по выпуску товаров и услуг. Поэтому для упорядочивания данных появляется необходимость в пересчете показателей отгрузки товаров и выполнения услуг на показатели выпуска товаров и услуг.

Возникают сложности и в связи с представлением данных государственной статистики о социально-экономическом развитии в соответствии с ОКВЭД и ОКОНХ. Так, показатели производства товаров и услуг отрасли «Промышленность» ОКОНХ нашли свое отражение в разделах *C, D, E* ОКВЭД. В то же время осталось представление информации по отдельным отраслям: «Оптовая торговля», «Розничная торговля», «Общественное питание», а данные по разделу *G* «Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования» отсутствуют.

1.3. Экономические границы отрасли и определяющие ее факторы

С позиций рыночного подхода существует тесная взаимосвязь между понятиями «отрасль» и «рынок». Отрасль представляет собой совокупность предприятий, реализующих товары на отдельном единичном рынке. При этом рынок включает в себя товары-субституты, т. е. заменители, характеризующиеся высокой ценовой характеристикой эластичности спроса.

Перекрестная эластичность спроса по цене показывает относительное изменение объема спроса на один товар при относительном изменении цены другого товара и измеряется коэффициентом перекрестной эластичности спроса по цене.

Коэффициент перекрестной эластичности спроса по цене показывает соотношение относительного изменения спроса на *i*-й товар и относительного изменения цены *j*-го товара.

Коэффициент точечной перекрестной эластичности спроса по цене определяется при бесконечно малых изменениях цены и величины спроса:

$$E_{ij} = \frac{dQ_i / Q_i}{dP_j / P_j} = \frac{dQ_i}{dP_j} \cdot \frac{P_j}{Q_i}, \quad (1)$$

где E_{ij} – коэффициент точечной перекрестной эластичности спроса на i -й товар по цене j -го товара;

Q_i – величина спроса на i -й товар;

P_j – цена j -го товара;

d – знак полного дифференциала.

Более часто используется *коэффициент перекрестной дуговой эластичности спроса по цене*, который определяется как

$$E_{ij} = \frac{\Delta Q_i / Q_i}{\Delta P_j / P_j} = \frac{\Delta Q_i}{\Delta P_j} \cdot \frac{P_j}{Q_i}, \quad (2)$$

где Δ – знак приращения, обозначающий некоторое небольшое конечное изменение.

Подсчитать коэффициент перекрестной дуговой эластичности спроса по цене можно следующим образом. Пусть спрос на i -й товар при росте цены j -го товара на 1,0 % снизился на 0,5 %. Тогда коэффициент перекрестной дуговой эластичности по формуле (2) вычисляется как

$$E_{ij} = -0,5/1,0 = -0,5.$$

Коэффициент перекрестной эластичности спроса по цене может быть положительным, отрицательным и нулевым.

Если $E_{ij} > 0$, то товары i и j являются взаимозаменяемыми, повышение цены j -го товара ведет к увеличению спроса на i -й товар.

Если $E_{ij} < 0$, то товары i и j являются взаимодополняющими, повышение цены j -го товара ведет к падению спроса на i -й товар.

Если $E_{ij} = 0$, то товары i и j являются независимыми, повышение цены одного товара не влияет на объем спроса на другой.

Величина коэффициента перекрестной эластичности может служить для определения границ единичных рынков, т. е. рынков товаров, удовлетворяющих одну и ту же потребность.

Фактором, определяющим перекрестную эластичность спроса по цене, являются свойства товаров, их способность заменять друг друга в потреблении. Если два товара могут одинаково использоваться для удовлетворения одной и той же потребности, коэффициент перекрестной эластичности этих товаров по цене будет высок, тогда они могут быть отнесены к одному единичному рынку.

Исследуя вопросы рыночной взаимозаменяемости, специалисты обычно говорят о технологических границах рынка. Чем уже технологические границы рынка, которые предстоит определить, тем выше должна быть перекрестная эластичность спроса между соответствующими продуктами. Если же, напротив, изменение цены на один из товаров не влияет сколько-либо существенно на объем продаж другого товара или если это влияние незначительно, то можно говорить о наличии разрыва в цепи товарных субститутов, которая позволяет установить границы соответствующего рынка.

Коэффициент перекрестной эластичности в виде, представленном выражениями (1) и (2), может быть использован для характеристики взаимозаменяемости и взаимодополняемости товаров при небольших изменениях цен. При значительных изменениях цен будет проявляться эффект дохода, что приведет к изменению спроса на оба товара.

Оценка отношений взаимозамещения, как и взаимодополнения, товаров, выполняемых при условии неизменности доходов покупателей, осуществляется на основе перекрестной эластичности:

$$E_{ij} = \frac{\Delta Q_i / Q_i}{\Delta P_j / P_j} / U - \text{const}, \quad (3)$$

где U – доход покупателей.

Если $E_{ij}'' > 0$, то товары i и j называются нетто-субститутами – чистыми заменителями, в отличие от брутто-заменителей, определяемых по критерию $E_{ij} > 0$.

Если $E_{ij}'' < 0$, то товары i и j называются нетто-дополняющими, в отличие от брутто-дополняющих, определяемых по критерию $E_{ij} < 0$.

Перекрестный эффект замены является симметричным:

$$E_{ij}'' = E_{ji}''.$$

На практике для определения границ отраслевого рынка часто используется так называемое *правило пяти процентов*. Опытным путем было установлено, что 5 %-й рост цены является небольшим, но одновременно достаточно значимым, с точки зрения потребителя.

Если при 5 %-м увеличении цены определенного товара прибыль предприятия растет, а рынок ограничен только продажами данного товара, то производящее его предприятие является монополистом. Если же прибыль предприятия падает (или, по крайней мере, не растет), рынок не может быть ограничен продажей только этого товара. Следует искать товар-заменитель¹.

Для выделения отдельных отраслей возможно использовать два критерия перекрестной эластичности. Первый критерий – оценка взаимозаменяемости товаров, предлагаемых разными предприятиями; второй – оценка взаимозависимости этих предприятий.

Первый критерий может быть представлен коэффициентом ценовой перекрестной эластичности спроса на товары, предлагаемые предприятиями i и j :

$$E_{ij}^p = \frac{dq_i}{dp_j} \cdot \frac{p_j}{q_i}, \quad (4)$$

где E_{ij}^p – коэффициент ценовой перекрестной эластичности спроса на товары, предлагаемые предприятиями i и j ;

q_i – величина спроса на товар предприятия i ;

p_j – цена товара предприятия j ;

d – знак дифференциала.

Второй критерий может быть представлен коэффициентом объемной, или количественной, перекрестной эластичности:

$$E_{ij}^q = \frac{dp_i}{dq_j} \cdot \frac{q_i}{p_i}, \quad (5)$$

где E_{ij}^q – коэффициент количественной перекрестной эластичности спроса на товары, предлагаемые предприятиями i и j .

¹ Розанова Н. М. Экономика отраслевых рынков: учеб. пособие. М.: Юрайт, 2010. С. 27.

В выражениях (4) и (5), в отличие от выражения (1), предполагается рассмотрение цен и спроса на товары отдельных предприятий, а не характеристика рынка в целом. Поэтому в выражениях (4) и (5), в отличие от выражения (1), величины спроса и цен обозначены малыми буквами q и p . Выражения (4) и (5) дают оценки точечных показателей эластичности.

Коэффициенты ценовой и количественной перекрестной эластичности товаров двух предприятий могут быть представлены в виде

$$E_{ij}^p = \frac{\Delta q_i / q_i}{\Delta p_j / p_j} = \frac{\Delta q_i}{\Delta p_j} \cdot \frac{p_j}{q_i}, \quad (6)$$

$$E_{ij}^q = \frac{\Delta p_i / p_i}{\Delta q_j / q_j} = \frac{\Delta p_i}{\Delta q_j} \cdot \frac{q_j}{p_i}, \quad (7)$$

где Δ – знак приращения.

Первый критерий, оцениваемый выражениями (4) и (6), характеризует влияние изменения цены товара j -го предприятия на продажи товара i -го предприятия.

Например, производство товара i на предприятии x и товара j на предприятии y осуществляется с применением сходных технологий. Допустим, что при увеличении цены товара j на 20 % предприятие x стремится переключиться с изготовления товара i на производство товара j . Если в этом случае предложение товара i падает, предположим, на 40 %, то перекрестная эластичность предложения товара i по цене товара j составит: $-2 = -0,4 : 0,2$. Это означает, что товары i и j являются субститутами в производстве.

Таким образом, даже совершенно различные, с точки зрения потребителя, но сходные по технологии изготовления товары, например тракторы и танки, могут быть субститутами в производстве. Субституция в производстве означает, что производитель может без особых затрат перейти с выпуска i -го товара на производство j -го товара или организовать их совместное (комбинированное) изготовление¹.

¹ Пахомова Н. В. Экономика отраслевых рынков и политика государства: учеб. М.: Экономика, 2009. С. 149.

Второй критерий, оцениваемый выражениями (5) и (7), характеризует влияние продаж товара j -го предприятия на цену товара i -го предприятия¹.

Чем выше ценовая перекрестная эластичность, тем выше однородность выпускаемых этими предприятиями товаров, тем более совершенной становится их взаимозаменяемость и тем больше оснований для отнесения этих предприятий к одной отрасли, а товаров, выпускаемых ими, – к одному единичному рынку.

Чем выше количественная перекрестная эластичность, тем более жесткой является взаимозависимость предприятий и тем больше оснований для отнесения их к одной отрасли.

Если объемная перекрестная эластичность высока, взаимозависимость продавцов значительна, ни один из них не может игнорировать реакцию других на свое поведение, даже если предлагаемые на рынке товары весьма неоднородны.

Если объемная перекрестная эластичность стремится к нулю, каждый продавец может игнорировать реакцию конкурентов на свои действия, сколько бы их ни было на рынке и сколь близкими субститутами его товару ни были бы предлагаемые ими товары².

Необходимо учитывать, что при определенном соотношении цен товары-заменители, рассматриваемые как разные отраслевые рынки, могут войти в состав одного отраслевого рынка, что отражает ломаная кривая спроса Гутеренберга (рис. 1).

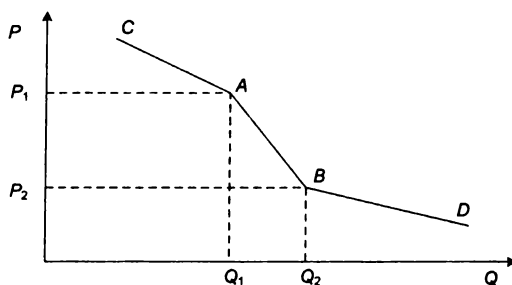


Рис. 1. Кривая Гутеренберга:

Q – объем продаж в натуральных показателях; P – цена

¹ Басовский Л. Е. Экономика отрасли: учеб. пособие. М.: ИНФРА-М, 2009. С. 7.

² Там же. С. 8.

Ломаная кривая Гутеренберга показывает, что кривая спроса на товары, имеющие заменители, приобретает не классический падающий, а ломаный вид. При этом на кривой можно выделить три участка с разной эластичностью (участки кривой CA и BD более эластичны, чем участок AB).

В случае присутствия на рынке двух товаров-заменителей кривая спроса на один из них описывается ломаной, приведенной на рис. 1. Участок кривой AB характеризуется неэластичностью спроса, следовательно, изменение цены (в пределах от P_1 до P_2) не вызовет значительного изменения объема проданных товаров. Это объясняется высокой приверженностью покупателей к товару за счет придания ему отличительных особенностей, уникальных свойств либо по другим причинам. Поэтому производители товара и товара-заменителя относятся к разным отраслям. Однако если цена будет ниже P_2 , то многие покупатели откажутся от приобретения товара-заменителя в пользу подешевевшего, но более качественного и престижного товара. В результате оба товара войдут в состав одного товарного рынка, а их производители – в состав одной отрасли.

Если цена станет выше P_1 , то это вызовет существенное снижение объема продаж, так как предприятие потеряет значительную часть покупателей, которые откажутся от приобретения товара с уникальными свойствами в пользу более простого и дешевого товара-заменителя, а сами товары-заменители будут принадлежать к одному товарному рынку.

1.4. Развитие отраслевой структуры экономики России

Формирование отдельных отраслей и изменения в экономической системе, происходившие в России в XX в., во многом характеризуют сложившуюся в настоящее время хозяйственную структуру, технический и технологический уровни отдельных секторов промышленности.

Развитие российской экономики в указанный временной период осуществлялось различными темпами в зависимости от выбранного экономического курса, характера сложившихся отношений в обществе и внешнеполитической ситуации в мире. Основной осо-

бенностью экономики России досоветского периода являлась многоукладность. В экономической системе страны начала XX в. присутствовали такие экономические уклады, как патриархальный (общинное, помещичье-феодалное, мелкотоварное крестьянское хозяйства), казенное хозяйство, частный капитализм в различных формах и кооперативное хозяйство.

Перед Первой мировой войной отраслевая структура российской экономики характеризовалась следующими показателями: доля энергетики в общем объеме промышленного производства составляла 0,3 %, угледобычи – 1,8, черной металлургии – 4,6, машиностроения – 8,9, химических производств – 2,8, текстильного производства – 1,6, пищевой индустрии – 35,7 %. По общему уровню технико-экономического развития Россия находилась на 15-м месте в мире. Промышленное производство Российской империи составляло 2,5 % мирового объема, тогда как США – 38,2 %, Англии – 12,1 %, Франции – 6,2 %.

Значительные объемы иностранного капитала, доля которого в 1910 г. составляла 55 % от общего объема инвестиций, способствовали еще большей монополизации российской промышленности, отличавшейся в тот период преобладающим участием государства в управлении собственностью и активным вмешательством органов власти в экономику. К 1910 г. в России насчитывалось 140 монополистических объединений в 45 отраслях промышленности. Основной формой монополий были синдикаты, представлявшие собой объединения однородных промышленных предприятий, созданные в целях сбыта изделий через единое предприятие, организованное в форме особого торгового товарищества, заключавшего с каждым из участников синдиката одинаковый по условиям договор на продажу своих изделий. В то же время существовали и другие формы монополий: тресты и концерны. По существу, капиталы, накопленные в легкой промышленности, использовались для развития тяжелой индустрии. Данная тенденция наблюдалась в большинстве развитых стран мира.

В начале XX в., не занимая передовых позиций в мире по развитию промышленного производства в целом, Россия, тем не менее, играла заметную роль в отдельных его отраслях: добывающей промышленности, кустарном производстве и народных промыслах, производстве строительных материалов и военной техники, а затем

и в гражданском машиностроении и производстве целого ряда важнейших продуктов (табл. 2).

Таблица 2

Основные производственные показатели России в 1900 г.

Отрасль	Объем производства
Добыча нефти, млн т	10,4
Добыча каменного угля, млн т	12,0
Добыча железной руды, млн т	5,5
Производство чугуна, млн т	2,5
Производство стали, млн т	2,3
Производство проката, млн т	1,9
Производство меди, тыс. т	8,2
Добыча золота, т	38,8
Добыча платины, т	5,1
Производство паровозов, тыс. шт.	1,1
Производство вагонов, тыс. шт.	33,3
Заготовка зерна, млн т	52,2
Производство сахара, млн т	1,2

Предвоенный период 1910–1914 гг., сопровождавшийся перевооружением армии и флота, способствовал подъему российской промышленности, темпы роста которой сравнялись с аналогичными показателями в США. Доля тяжелой индустрии в общем объеме выпускаемой продукции к 1914 г. выросла до 40 %. На крупных промышленных предприятиях Российской империи с числом работающих 500 чел. и более концентрировалось 53,5 % общей численности занятых в промышленности, тогда как в США данный показатель был равен 30 %. Размещение предприятий вблизи крупных ресурсных источников стало основой формирования промышленных районов страны: Центрального, Уральского, Петербургского и Поволжского.

Наличие в ведущих отраслях значительной доли иностранного капитала усугубило экономическое положение России в военные годы: выросли цены на топливо, продукцию металлургической промышленности, продовольствие. Бремя растущих военных расходов привело к снижению объемов промышленного производства к концу 1917 г. до 64 % от довоенного уровня, а объемов производства сельскохозяйственной продукции – до 76 %. На 30 % снизились показатели производства чугуна, стали, проката, добычи нефти, железной ру-

ды. Производство паровозов упало до 298 тыс. ед. против 1223 тыс. ед. в 1914 г. Сократился золотой запас государства. К 1917 г. государственный долг достиг 50 млрд р. Темпы инфляции превысили 40 %.

Последовавшие за октябрьским переворотом 1917 г. Гражданская война и военная интервенция существенно повлияли на экономическое положение России. В промышленности ухудшились условия производства, сократилось число работающих (до 1,4 млн чел. по сравнению с 2,0 млн чел. в 1900 г.), подверглась разрушению материально-производственная база, упали темпы роста (в 1920 г. промышленное производство сократилось в 7 раз по сравнению с 1913 г., производительность труда упала в 4 раза).

Для стабилизации экономической ситуации в стране новое правительство прибегло к политике военного коммунизма (1918–1921), характеризовавшейся крайней централизацией управления народным хозяйством, национализацией не только крупной, но и средней и частично мелкой промышленности, государственной монополией на хлеб и многие другие продукты сельского хозяйства (продразверстка), запрещением частной торговли и свертыванием товарно-денежных отношений, милитаризацией труда. В результате масштабной национализации всего народного хозяйства страны промышленные предприятия были полностью лишены хозяйственной самостоятельности. Последовательное проведение жесткой централизации управления позволило лучше распоряжаться ограниченными ресурсами сырья, топлива, рабочей силы (была введена всеобщая трудовая повинность). Вместе с тем крайняя централизация сковывала инициативу предприятий, порождала бюрократизм. По разным оценкам, падение промышленного производства в эти годы составило 200–300 %.

Повсеместное оживление промышленного производства произошло после принятия в 1921 г. Государственного плана электрификации России (ГОЭЛРО) и введения новой экономической политики (НЭП).

Одной из основных идей плана ГОЭЛРО являлось широкое использование огромных гидроэнергоресурсов страны. Намечалось сооружение Волховской и Днепропетровской ГЭС. Темпы роста мощности электростанций должны были значительно опережать темпы роста промышленного производства. Намечено было довести суммарную годовую выработку электроэнергии до 8,8 млрд кВт · ч против 1,9 млрд кВт · ч, которые вырабатывались в России в 1913 г.

Помимо этого предусматривались коренная реконструкция промышленного комплекса на базе электрификации всех отраслей народного хозяйства страны и рост тяжелой промышленности. План был разработан по восьми основным экономическим районам (Северному, Центрально-промышленному, Южному, Приволжскому, Уральскому, Западно-Сибирскому, Кавказскому, Туркестанскому) с учетом их природных, сырьевых, энергетических ресурсов и специфических национальных условий. Объем производства промышленной продукции должен был возрасти на 80–100 % по сравнению с дореволюционным уровнем. Задания плана ГОЭЛРО по отдельным важнейшим отраслям промышленности в сопоставлении с уровнем производства в 1913 и 1920 гг. характеризуются данными, приведенными в табл. 3.

Таблица 3

Основные задания плана ГОЭЛРО

Продукция промышленного производства	Уровень производства		План ГОЭЛРО 1921–1931(1936) гг.
	в 1913 г.	в 1920 г.	
Чугун, млн т	4,2	0,116	8,2
Сталь, млн т	4,2	0,194	6,5
Железная руда, млн т	9,2	0,164	19,6
Медь, тыс. т	31,1	0,3	81,9
Алюминий, млн т	—	—	9,8
Уголь, млн т	29,1	8,6	62,2
Нефть, млн т	9,2	3,8	11,8–16,4
Торф, млн т	1,7	1,4	16,4
Цемент, млн т	1,5	0,036	7,75
Кирпич, млрд шт.	2,1	0,2	1,0
Бумага, тыс. т	197,0	30,0	688,5

Наряду со всесторонней реконструкцией транспортной системы планом ГОЭЛРО предусматривалось электрифицировать важнейшие железнодорожные магистрали, осуществить строительство новых железных дорог, а также провести большие работы по механизации сельскохозяйственного производства, внедрению агрохимии, прогрессивных систем земледелия, развитию ирригации и мелиорации.

По основным показателям план ГОЭЛРО был выполнен уже к 1931 г. Годовое производство электроэнергии в СССР достигло 10,7 млрд кВт · ч, установленная мощность районных электростан-

ций – 2105 тыс. кВт. К 1935 г. мощность районных электростанций составила 4,34 млн кВт, что было в 2,5 раза больше показателя, установленного планом ГОЭЛРО, а общий объем промышленной продукции увеличился по сравнению с 1913 г. в 5,7 раза.

Благодаря осуществлению проекта масштабной электрификации страны СССР с 1947 г. занимал 1-е место в Европе и 2-е место в мире по производству электроэнергии. В СССР эксплуатировались самые мощные в мире ГЭС (Красноярская, Братская, Волжская и др.) и тепловые электростанции мощностью по 2,4 млн кВт (Приднепровская, Конаковская, Змиевская и др.), а также самые большие по протяженности высоковольтные линии электропередачи. Так, крупнейшей в мире единой энергетической системой европейской части страны в 1970 г. производилось 740 млрд кВт · ч электроэнергии, мощность электростанций составляла 166 млн кВт против 1,1 млн кВт в 1913 г.

Реализация плана ГОЭЛРО вызвала быстрый рост производительности труда на основе электрификации и механизации всех производств, процессов и коренных изменений условий труда.

В 1921 г. помимо масштабной электрификации руководство страны перешло от политики «военного коммунизма» к новой экономической политике. Основным моментом НЭПа был вопрос о рынке и торговле, о возможности и необходимости их использования для восстановления и развития производительных сил, налаживания обмена между промышленностью и сельским хозяйством. Конечной целью проводимых преобразований должно было стать восстановление товарно-денежных отношений. В результате в рамках НЭПа были приняты решения о снятии запрета на торговлю, разрешено функционирование в промышленности мелких и частных предприятий с численностью работников до 20 чел., допущены к сдаче в аренду государственные предприятия. Произошли существенные изменения в организационном плане: перестраивалась организация государственной промышленности. Государственные предприятия приспосабливались к необходимости самостоятельного ведения хозяйства в условиях товарно-денежных отношений. Менялась и система управления промышленностью: вместо главков стали создавать территориально-отраслевые объединения – тресты, хозрасчетные организации. Тресты, организованные по образцу капиталистических предприятий, вытесняли частные предприятия. Частный капитал перешел в сферу розничной торговли.

В 1925 г. НЭП уже принес свои дивиденды: сельскохозяйственной продукции было получено на 12 % больше, чем в 1913 г. К 1928 г. в стране не только была восстановлена экономика, но и сформировались благоприятные условия для дальнейшего развития.

С 1928 г. и до начала перестройки (вторая половина 1980-х гг.) развитие промышленного потенциала и рост объемов производства промышленной продукции происходили достаточно высокими и устойчивыми темпами. Основой роста экономики страны в этот период были пятилетние планы развития народного хозяйства СССР, в которых определялись темпы и пропорции, объемы производства и капитального строительства по отраслям и в территориальном разрезе, задания по разработке и внедрению в народное хозяйство новой техники и технологии, развитию концентрации, углублению специализации и расширению кооперирования производства, мероприятия по повышению материального благосостояния, культурного уровня населения страны и решению широкого круга назревших социальных проблем. За 1928–1990 гг. было пройдено 12 пятилеток (в 1959–1965 гг. – семилетка). Пятилетние планы утверждались законодательно, плановые задания носили обязательный для исполнения характер.

Основными элементами первого пятилетнего плана (1928–1932) являлись индустриализация промышленности и коллективизация сельского хозяйства, проводившиеся высокими темпами на основе концентрации сил и средств. Целью данных мероприятий было достижение полной экономической независимости страны от международного рынка. Общий объем капитальных вложений за пятилетие составил 7,8 млрд р., что в 2 раза превышало вложения за предыдущие 11 лет. Половина всех капитальных вложений направлялась на развитие промышленности (из них более 75 % – в отрасли тяжелой индустрии) и транспорта. В результате пятилетка была выполнена досрочно. За 4 года и 3 месяца были введены в действие 1500 новых крупных предприятий, создан ряд новых отраслей: тракторо-, автомобиле-, станко- и приборостроение, производство алюминия, авиационная и химическая промышленность. В черной металлургии – важнейшей отрасли тяжелой промышленности – были созданы электрометаллургия, производство ферросплавов и сверхтвердых сплавов, качественных сталей. Вступили в строй ДнепроГЭС, Зуевская, Челябинская и другие районные тепловые электростанции. Были построены Кузнецкий и Магнитогорский металлургические комбинаты, крупные угольные

шахты в Донбассе и Кузбассе, Сталинградский и Харьковский тракторные заводы, Московский и Горьковский автомобильные заводы и многие другие предприятия. Национальный доход СССР увеличился почти в 2 раза, объем промышленного производства – более чем в 2 раза, производительность труда в промышленности возросла на 41 %. Доля промышленного сектора в общем объеме валовой продукции увеличилась с 51,5 до 70,2 %. Объем продукции машиностроения и металлообработки вырос в 4 раза.

Благодаря первой и двум последующим пятилеткам (1933–1937, 1938–1942) к началу Второй мировой войны СССР стал первой промышленной державой в Европе и второй в мире. В 1937 г. производство промышленной продукции в СССР составило 23 % от уровня США, 117,3 % от уровня Германии и 146,4 % от уровня Великобритании. СССР обогнал Германию по производству продукции машиностроения, топлива, приблизился к немецкому уровню производства стали, чугуна и проката. СССР вышел на передовые позиции по электровооруженности труда, электрификации промышленности, уровню механизации добычи и доставки угля.

В указанный период произошло форсированное развитие машиностроительной отрасли, проводилась массовая механизация сельского хозяйства (организация машинно-тракторных станций), создавались крупные государственные резервы (топливные, электроэнергетические, транспортные, продукция некоторых оборонных производств), при этом особое внимание уделялось их правильному размещению по соответствующим районам, устранению непроизводительных и дальних перевозок, обеспечению основных экономических очагов страны максимальным количеством ресурсов на месте. Основной упор органов власти был сделан на ускорение создания новых производственных мощностей на востоке государства. В результате были введены в строй Уральский завод тяжелого машиностроения (Уралмаш), Уральский вагоностроительный и Челябинский тракторный заводы, Соломбайский и Камский целлюлозно-бумажные комбинаты, Челябинский цинковый завод, Уфимский нефтеперерабатывающий завод, завод химического машиностроения на Урале. Были открыты производства на Московском заводе револьверных станков, Горьковском заводе фрезерных станков, Куйбышевском карбюраторном заводе, Соликамском калийном комбинате и др. В 1940 г. численность рабочих и служащих в народном хозяйстве выросла до 31,2 млн чел. по сравнению с 11,4 млн чел. в 1928 г.

Оборона страны в 1941–1945 гг. потребовала коренного изменения народнохозяйственных пропорций. Военная экономика СССР развивалась на основе годовых, квартальных и месячных военно-хозяйственных планов, которые разрабатывались Госпланом СССР и утверждались Госкомитетом обороны. Ведущие военные заводы работали по суточным графикам. За годы войны 65–68 % всей произведенной в СССР промышленной продукции по своей натуральной форме представляли собой предметы военного потребления. Основной базой машиностроения в этот период стал Уральский индустриальный район.

В годы Второй мировой войны страна потеряла 30 % своего промышленного потенциала, были разрушены более 32 тыс. промышленных предприятий, сотни городов и более 100 тыс. колхозов и совхозов, уничтожено 60 % производственных мощностей по выплавке стали, 70 % – по добыче угля, 40 % – по добыче нефти и газа. Однако невероятное напряжение сил нашего народа позволило в короткие сроки возродить отечественную промышленность, которая по объемам продукции уже к концу 1946 г. вышла на довоенный уровень, в 1948 г. превзошла его на 18 %, а в 1950 г. – на 73 %.

Этому содействовало вынужденное перемещение оборонной и иной промышленности на восток страны. Эвакуированные заводы и фабрики явились очагами формирования новых крупных промышленных центров в Сибири, на Дальнем Востоке, в отдельных районах Крайнего Севера. Таким образом, ускорилось обновление материально-технической базы отечественной промышленности, отчасти осуществлявшееся за счет репарационных поставок техники и оборудования, прекращенных только в январе 1954 г.

Промышленное развитие в период четвертой пятилетки (1946–1950) происходило под стратегическими лозунгами механизации и автоматизации, усиления специализации, комбинирования и концентрации производства. Ключевым моментом структурной политики было неуклонное опережающее развитие производства средств производства (отраслей группы А), доля которого к 1950 г. выросла до 65,2 % против 61,2 % в 1940 г. (в 1913 г. – 35,1 %). В промышленности произошли серьезные структурные изменения, ускоренно развивались отрасли, обеспечивающие научно-технический прогресс (НТП), появились новые отрасли производства (аэрокосмическая, атомная энергетика, лазерная промышленность, производство искусственных алмазов, синтетических материалов, особо чистых материалов и др.).

Строительная программа четвертой пятилетки превышала по своему объему подобные программы предыдущих пятилетних планов развития народного хозяйства. Было построено и введено в действие 6200 крупных промышленных предприятий: Южно-Кузбасская, Серовская и Южно-Уральская ТЭС, Волжская и Камская ГЭС, Череповецкий металлургический завод, Красноярский завод химического волокна, Новокуйбышевский нефтеперерабатывающий комбинат, Камышинский хлопчатобумажный комбинат, Московский молочный комбинат, Волго-Донской судоходный канал, Ленинградский метрополитен. В 1945 г. была построена и введена в действие первая в мире атомная станция. Такие результаты в народном хозяйстве страны были достигнуты за счет социальной сферы, интенсивного использования принудительного труда миллионов заключенных ГУЛАГа, низкого уровня личного потребления людей, деградации сельского хозяйства, которое получало средства на развитие по остаточному принципу. Уровень сельскохозяйственного производства в 1952 г. не достиг уровня 1940 г. Показатель урожайности с 1 га был меньше, чем в 1913 г.

В период 1953–1964 гг. была сделана попытка ускорить ход экономического развития за счет возрождения сельскохозяйственной отрасли. Началось освоение целинных и залежных земель в Казахстане, Алтайском и Красноярском краях, Новосибирской и Омской областях, на Урале. За 1954–1956 гг. было освоено 42 млн га новых земель, создано 425 зерновых совхозов. Помимо этого были повышены закупочные цены на продукцию села, увеличено его финансирование. В число приоритетов экономической политики было включено жилищное строительство (программа строительства так называемых «хрущевок»). В результате было введено в действие 240,5 млн м² общей жилой площади. Для сравнения: если в 1940 г. общий городской жилищный фонд составлял всего 421 млн м², в 1950 г. – 513 млн м², то в 1960 г. – 958 млн м².

Директивы по шестому пятилетнему плану (1956–1960) определяли увеличение объема промышленной продукции на 65 %, что означало ежегодный прирост в 13 %. Наряду с серьезным подъемом производительности труда предполагалось обеспечить более рациональное расходование сырья, топлива, электроэнергии, металлов и других материальных ресурсов, комплексное использование сырьевых ресурсов при их переработке, внедрение заменителей дефицитных и дорогостоящих видов материалов и цветных металлов.

В 1957 г. была предпринята серьезная попытка изменения механизма управления, связанная с переходом от отраслевого к территориальному принципу управления народным хозяйством. В результате были ликвидированы все общесоюзные, союзно-республиканские и республиканские министерства хозяйственного профиля и вместо них сформированы 105 экономических районов, управление промышленностью и строительством в которых возлагалось на региональные советы народного хозяйства (совнархозы). Это привело к негативным последствиям в сфере регулирования.

На период 1959–1965 гг. был принят семилетний план развития народного хозяйства СССР, предусматривавший подъем всех отраслей экономики на базе преимущественного роста тяжелой индустрии, значительное усиление экономического потенциала страны, с тем чтобы обеспечить непрерывное повышение жизненного уровня населения. Что касается основных показателей экономического развития, то за данный период объем производства нефти увеличился с 38 до 242 млн т, выплавка стали – с 27 до 91 млн т, производство цемента – с 10 до 72 млн т. Энергетика перешла с угля на нефть, газ и гидроресурсы. Особое внимание было уделено большим энергетическим стройкам в Сибири (Иркутская, Братская и Красноярская ГЭС). Также были введены в строй Белоярская атомная электростанция, Качканарский горнообогатительный комбинат, Иркутский и Красноярский алюминиевые заводы, Стерлитамакский, Омский, Волжский заводы синтетического каучука, Барнаульский шинный комбинат, крупнейшие химические комбинаты (Невинномысский, Чебоксарский, Щекинский, Черкасский), Липецкий, Архангельский цементные заводы и другие предприятия.

Проведенная в рамках восьмого пятилетнего плана (1966–1970) экономическая реформа, сочетавшая комплекс мер, призванных усилить экономические рычаги, расширить самостоятельность хозрасчетного звена (предприятия должны были работать – в условиях контроля со стороны государства – на основе принципов окупаемости, рентабельности, материальной заинтересованности и материальной ответственности за достигнутые результаты), усовершенствовать централизованное планирование (восстановление отраслевого принципа управления промышленностью), обеспечила прирост национального дохода на уровне 7,8 %, способствовала улучшению показателей эффективности производства, стала основой длительного устойчивого роста жизненного уровня населения. Реальные доходы на душу насе-

ления только в 1960-е гг. возросли на 59 %, а в 1970 г. они составили по отношению к 1940 г. 398 %.

Реформы 1960-х гг. при всей своей ограниченности и непоследовательности оказали значительное позитивное воздействие на народное хозяйство страны. Данный период ознаменовался крупными успехами в области экономики и социально-культурной жизни. Например, за 1961–1985 гг. валовой общественный продукт вырос на 387 %, выпуск промышленной продукции увеличился на 485 %, продукции сельского хозяйства – на 171 %.

Произошли крупные структурные изменения в развитии народного хозяйства. В стране сложился единый народнохозяйственный комплекс, включающий единую энергосистему, транспортную сеть, систему связи. За эти годы было построено более 9 тыс. новых промышленных предприятий, в том числе такие гиганты, как Автоваз, Атоммаш, КамАЗ, введены в строй крупнейшие Канско-Ачинский и Экибастузский топливно-энергетические комплексы.

В мировом хозяйстве СССР продолжал занимать второе место, выпуская более 20 % мировой промышленной продукции. К 1985 г. страна вышла на первое место в мире по производству чугуна, стали, минеральных удобрений, добыче нефти и газа. Общий уровень развития промышленности по отношению к уровню США увеличился с 50 % в 1960 г. до 80 % в 1985 г.

Однако ориентация СССР преимущественно на экстенсивный путь развития, а также тяжелое бремя гонки вооружений (на военные нужды в СССР использовалось до 15–20 % ВВП, тогда как в США – 5–10 %) во многом повлияли на снижение темпов роста промышленного производства и отставание в области НТП в последующие годы. Если прирост национального дохода в 1967–1970 гг. составлял в среднем 7,8 %, то в 1971–1975 гг. – 6,3, в 1976–1980 гг. – 4,2, в 1981–1985 гг. – 3,5 %. Застойные явления в экономике стали перерастать в предкризисные.

Начавшаяся в 1985 г. перестройка, инициированная М. С. Горбачевым, не предотвратила усиление кризиса в экономике и резкое снижение уровня жизни большинства населения. Предпринятые попытки ускорения социально-экономического развития на основе сохранения административно-командной системы управления не привели к экономическому росту. Внедрение рыночных механизмов (предоставление государственным предприятиям права функционировать на основе хозрасчета, самоокупаемости и самоуправления, предостав-

ление значительных государственных субсидий образуемым кооперативам) в условиях господства государственной экономической системы без соответствующей законодательной и политической подготовки привело лишь к негативным последствиям. К 1990 г. разбалансированность народного хозяйства стала приобретать кризисные черты, которые проявились в глубоком расстройстве финансовой системы, возрастающем дефиците бюджета, усиливающейся инфляции, процветании «черного» рынка, нехватке потребительских товаров.

Тем не менее благодаря экономическому потенциалу, созданному в предшествующие годы, народное хозяйство страны в 1990 г. достигло впечатляющих результатов. Так, показатели добычи газа и нефти, производства стали, чугуна, электроэнергии были самыми высокими за всю историю страны (табл. 4). Следует отметить, что благодаря созданным в СССР мощностям российская электроэнергетика является крупнейшей в мире. Суммарная установленная мощность электростанций – 214,3 млн кВт. В стране действуют 9 атомных станций, более 100 гидроэлектростанций и около 600 теплоэлектростанций.

Таблица 4

Производство промышленной продукции в России в 1970–2000 гг.

Показатель	1970 г.	1990 г.	2000 г.	Место в мире
Производство электроэнергии, млн кВт · ч	470	1088	878	4-е
Добыча нефти, млн т	285	516	324	2-е
Добыча газа, млрд м ³	83,3	641	584	1-е
Добыча угля, млн т	345	395	258	5-е
Производство чугуна, млн т	42	59,4	44,6	4-е
Производство стали, млн т	63,9	89,6	59,2	4-е
Производство мяса, млн т	3,6	6,6	1,2	–
Производство сахара, млн т	2,9	3,7	6,6	–

К 1990 г. в нашей стране менее чем за месяц производилось столько общественного продукта и национального дохода и за 14 дней – продукции промышленности, сколько за весь 1940 г.

За один день производилось такое количество электроэнергии, для производства которого в 1940 г. потребовалось бы 33 дня, стали – 9 дней, минеральных удобрений – 46 дней, тракторов – 19 дней, нефти – 20 дней, газа – более семи месяцев.

В среднем за один день сдавалось в эксплуатацию 5,8 тыс. квартир, или примерно столько жилья, сколько необходимо для города с населением 60 тыс. чел.

Реализация в начале 90-х гг. XX в. стратегии «шоковой терапии», резкой либерализации цен и ускоренной приватизации, распад крупнейшей мировой державы и ориентация бывших республик СССР на национальное самоопределение – все это крайне негативно сказалось на экономике России. Была раздроблена единая система народнохозяйственных связей предприятий всех отраслей промышленности. В 1990 г. впервые за послевоенный период ВВП снизился на 2 %, а национальный доход – на 4 % по сравнению с предыдущим годом. В 1991 г. положение еще более усугубилось: падение производства по продукции промышленности составило 6,2 %, сельского хозяйства – 11 %; ВВП снизился на 10 %; добыча нефти и угля упала до уровня 1970-х гг.; инфляция переросла в гиперинфляцию, в 1992–1994 гг. достигнув 2200 % в год.

Российская экономика унаследовала от экономики советского времени значительные структурные диспропорции. Замкнутость советской экономики, ее функционирование в условиях, когда объем производства определялся не спросом, а ограничениями производственных ресурсов, монополия производителя, неразвитость рыночных механизмов обратной связи привели за десятилетия плановой экономики к неконкурентоспособности многих видов производимой продукции (в первую очередь продукции конечного потребления), к неготовности большинства предприятий работать в конкурентной среде.

Диспропорциям в структуре производства соответствовали диспропорции в структуре цен. Сложившиеся в России к началу реформ ценовые пропорции характеризовались по сравнению с ценовыми пропорциями, типичными для стран с развитой рыночной экономикой, дешевизной сырья, энергоносителей, продуктов питания, платных услуг и относительно дороговизной продукции машиностроения и непродовольственных товаров.

Для анализа изменений в отраслевой структуре экономики России рассмотрим динамику индексов производства основных отечественных отраслей в сопоставимых ценах в 1991–2009 гг. (рис. 2, 3)¹.

¹ Гильмундинов В. М. Анализ структурных изменений в экономике России в условиях межотраслевой конкуренции // ЭКО. 2010. № 11. С. 88–102.

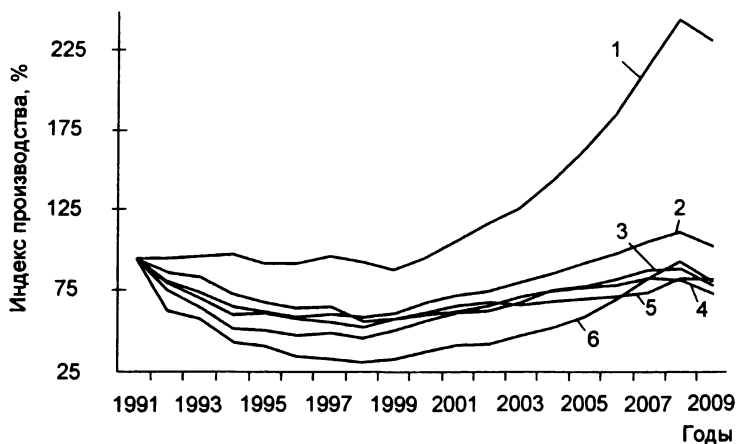


Рис. 2. Динамика индексов производства основных отраслей экономики России в 1991–2009 гг. (в сопоставимых ценах), 1990 г. = 100 %:
 1 – розничная торговля; 2 – ВВП; 3 – промышленность; 4 – транспорт;
 5 – сельское хозяйство; 6 – строительство

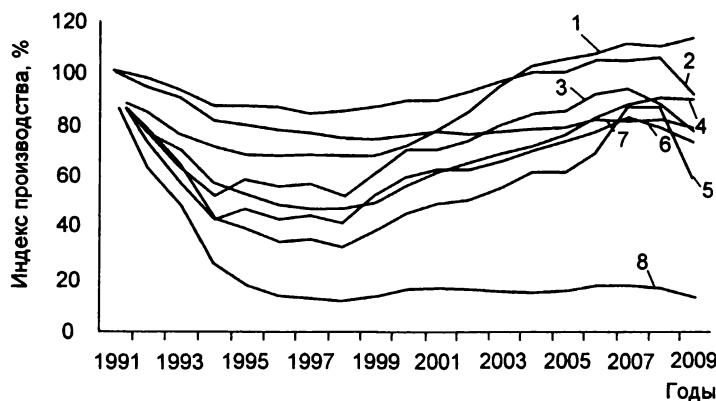


Рис. 3. Динамика объемов производства отраслей промышленности России в 1991–2009 гг. (в сопоставимых ценах), 1990 г. – 100 %:
 1 – нефтедобыча; 2 – газовая промышленность; 3 – черная металлургия;
 4 – пищевая промышленность; 5 – машиностроение и металлообработка;
 6 – химическая и нефтехимическая промышленность; 7 – электроэнергетика;
 8 – легкая промышленность

Как видно из рис. 2, в динамике развития отдельных отраслей экономики России в 1991–2009 гг. заметны существенные различия, имевшие место в периоды как экономического спада 1991–1998 гг., так и подъема 1999–2008 гг. Так, например, если отрасль «Розничная торговля» практически не пострадала в 1990-е гг. и объем оказания услуг в сопоставимых ценах в 2008 г. в 2,4 раза превысил уровень 1990 г., то в отрасли «Строительство» объемы производства упали в 1998 г. на 69 % по сравнению с 1990 г., достигнув к 2008 г. только 92 % от уровня 1990 г.

ВВП России в сопоставимых ценах превысил уровень 1990 г. уже в 2007 г., несмотря на низкие показатели большинства традиционных отраслей. Так, в 2009 г. объем грузоперевозок транспорта составил всего 73 % от уровня 1990 г., строительных работ – 77 %, промышленного производства – 79 %, производства сельскохозяйственной продукции – 81 %. Опережающая динамика ВВП по сравнению с традиционными отраслями связана в первую очередь с появлением в экономике России в данный период новых видов деятельности, преимущественно в сфере услуг. Существенная неравномерность развития отраслей экономики России в 1991–2009 гг. проявилась и в промышленности (см. рис. 3). Так, например, в газовой отрасли наименьшие объемы производства наблюдались в 1997 г. и составили 85 % от уровня 1990 г., в то время как объемы производства в легкой промышленности уже в 1995 г. упали ниже 20 % от уровня 1990 г., достигнув минимального значения в 1998 г. (11,5 %). Разнонаправленная динамика производства по отраслям промышленности наблюдается и на этапе экономического подъема в 1999–2008 гг. Так, если нефтедобывающая отрасль уже в 2004 г. по объемам производства превысила уровень 1990 г. и в 2008 г. достигла показателя 109,3 %, то легкая промышленность с 1996 г. до сих пор не может выйти на объемы производства, соответствующие хотя бы 17 % от уровня 1990 г. Аутсайдерами среди крупных отечественных отраслей в период 1990–2009 гг., помимо легкой промышленности, можно назвать машиностроение и металлообработку, где объемы производства в 1998 г. составили всего 32,5 % от уровня 1990 г., в 2009 г. – 58,6 %, а также промышленность строительных материалов (в 2009 г. 40,5 % от показателя 1990 г.) и деревообрабатывающую промышленность (47,0 %).

Более детальный анализ отраслевых траекторий в 1991–2009 гг. позволяет сделать следующие выводы:

- меньше всего пострадали в 1990-е гг. отрасли нематериальных услуг, электроэнергетика, а также отрасли, связанные с добычей и переработкой углеводородного сырья;
- наибольшее падение пережили фондосоздающие отрасли и производства, столкнувшиеся с высокой иностранной конкуренцией на внутренних рынках после либерализации внешней торговли (такие, как легкая, пищевая, химическая промышленность);
- в период 1999–2008 гг. важную роль в восстановлении экономики России играли сырьевые, фондосоздающие и смежные с ними отрасли, а также сфера услуг;
- мировой финансовый кризис 2008 г. затронул в первую очередь фондосоздающие и смежные с ними отрасли экономики России.

Российская экономика с присущей ей высокой степенью открытости и растущей экспортосырьевой ориентацией сталкивается с постоянным воздействием внешних факторов, определяющих изменения отраслевой структуры. Постоянный приток валютной выручки от экспорта сырья вызывает устойчивую тенденцию к укреплению курса российского рубля. В результате российская экономика страдает от «голландской болезни», подавляющей конкурентоспособность несырьевого сектора экономики.

Термин «голландская болезнь» довольно часто используется общественными экономистами и политиками. В конце 1960-х – начале 1970-х гг. в Голландии были открыты месторождения природного газа, что в условиях повышенного спроса Европы позволило резко нарастить его добычу и экспорт. Так, всего за пять лет добыча природного газа выросла почти втрое.

Разработка месторождений и наращивание экспортных поставок природного газа привели к двум взаимосвязанным процессам, существенно повлиявшим на структуру экономики Голландии. Во-первых, по причине высокой привлекательности добычи и поставок природного газа на экспорт данная сфера оттягивала значительные финансовые и производственные ресурсы из других отраслей экономики. Во-вторых, растущие поставки природного газа на экспорт вели к росту спроса на голландский гульден, что вызвало его значительное укрепление по отношению к другим валютам.

Наиболее серьезной для экономики Голландии оказалась проблема быстрого укрепления курса национальной валюты, что вело к снижению конкурентоспособности обрабатывающей промышленности в сравнении с иностранными производителями. В условиях открытости экономики и при отсутствии эффективных мер по поддержке конкурентоспособности обрабатывающая промышленность потеряла инвестиционную привлекательность, что привело к промышленному спаду и деиндустриализации. Схожие процессы наблюдались в Нигерии, Великобритании, Бразилии, Мексике и ряде других стран.

Помимо перечисленных последствий «голландская болезнь» также усиливает зависимость национальной экономики и курса национальной валюты от конъюнктуры на мировом рынке экспортируемого сырья, что в случае длительного периода низких цен может вызвать системный экономический кризис, такой, например, как в России в 1998 г.

С начала XXI в. наметились тенденции к стабилизации экономической и политической ситуации в России. Началось восстановление экономики страны. Темпы экономического роста начиная с 2000 г. составляли в среднем 5–7 %. По данным 2005 г., среди 146 стран Россия вошла в первую десятку государств по объему валового внутреннего продукта с показателем 1,7 трлн долл., опередив Италию и Бразилию. Возглавили список США (12,4 трлн долл.), Китай (5,3 трлн долл.), Япония (3,9 трлн долл.), Германия (2,5 трлн долл.), Индия (2,3 трлн долл.), Великобритания (1,9 трлн долл.), Франция (1,9 трлн долл.). Однако по объему ВВП на душу населения Россия заняла лишь 51-е место.

В 2008–2009 гг. Россия столкнулась с проблемами, обусловленными мировым финансово-экономическим кризисом. По итогам 2009 г. ВВП страны сократился на 7,9 %, объем промышленного производства – на 10,8, объем производства в обрабатывающих секторах – на 16, даже объем добычи полезных ископаемых снизился на 1,2 %. Сократились объемы добычи газа, угля и железной руды соответственно на 12,1; 9,2; 8,1 %. Объем производства стали снизился на 13,9 %, строительного кирпича и цемента – на 37,3 и 17,3 %. Объем производства легковых автомобилей сократился почти на 60 %, грузовых – на 64 %, автобусов – на 47 %¹.

¹ *Сухарев О. С.* Промышленность России: проблемы восстановления секторов средств производства // Экон. анализ: теория и практика. 2010. № 38. С. 2–13.

Несмотря на кризис, ВВП страны за 2001–2010 гг. вырос почти в 1,6 раза, а объем промышленного производства увеличился почти в 1,5 раза. Однако экономический рост России в первое десятилетие XXI в. не отличался большой стабильностью и в значительной мере зависел от внешнеэкономической конъюнктуры. Причиной такой зависимости являлся гипертрофированный перекося структуры реального сектора российской экономики в сторону сырьевой составляющей (табл. 5)¹.

Таблица 5

**Динамика развития сырьевых и обрабатывающих отраслей
промышленности России в 2000–2010 гг., %**

Отрасль промышленности	2000 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
Добыча полезных ископаемых	74,3	103,7	103,1	106,8
Из них топливно-энергетических	80,9	116,4	116,9	120,5
В том числе нефти	75,3	105,6	106,9	109,3
Обрабатывающие производства	51,0	84,4	70,3	78,6
В том числе производство машин и оборудования	32,3	61,0	41,8	46,9

Примечание. Уровень 1991 г. – 100 %.

Если в ходе кризиса 1990-х гг. добыча полезных ископаемых, в том числе нефти, сократилась примерно на четверть, а топливно-энергетических ресурсов – на пятую часть, то объем продукции обрабатывающих производств – наполовину, в том числе производство машин и оборудования – на две трети, что поставило российскую экономику в еще бóльшую зависимость от конъюнктуры мировых энергосырьевых рынков, чем это было в советский период.

Задача преодоления этой зависимости путем модернизации экономики нашла свое отражение в Основных направлениях социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2010 г. В этом документе безальтернативным был назван инновационный вариант экономического развития, к которому предполагалось перейти в период 2007–2010 гг., когда при сохранении и закреплении пози-

¹ *Сорокин Д.* Российская экономика на рубеже десятилетий // Пробл. теории и практики управления. 2011. № 4. С. 8–17.

тивных тенденций в промышленности будут созданы научно-технические и производственные предпосылки для кардинального технологического перевооружения основных экономически значимых секторов производства и увеличения доли продукции, конкурентоспособной на мировом уровне. Хотя в силу целого ряда обстоятельств данный документ так и не обрел статуса нормативного, в течение всего последующего десятилетнего периода в ежегодно утверждаемых правительством трехлетних прогнозах-сценариях по существу ставились именно эти задачи. Кроме того, в 2005 г. были приняты Основные направления политики Российской Федерации в области развития инновационной системы на период до 2010 г., а в 2006 г. была принята Стратегия развития науки и инноваций в Российской Федерации до 2015 г. Однако реальное движение осуществлялось по иному сценарию. Если в 2008 г. добыча полезных ископаемых, в том числе топливно-энергетических и нефти, не только восстановила, но и превзошла докризисные объемы, то обрабатывающие производства сохранили 15 %-е отставание, в том числе производство машин и оборудования – почти 40 %-е.

Несовершенство отраслевой структуры отечественной промышленности, значительное отставание производства в техническом и технологическом планах, по показателям производительности труда во многом определяют низкую конкурентоспособность российской экономики. Наша страна занимает лишь 58-е место в рейтинге глобальной конкурентоспособности Всемирного экономического форума 2008 г.

Принятые сценарные условия функционирования российской экономики на среднесрочный период до 2013 г. пока не реализуют главного условия устойчивого экономического роста – технологического обновления производства. Без совершенствования технической базы, освоения современных технологий производства, более полного использования интеллектуального потенциала, изменения схем производственной организации в индустриальном секторе экономики невозможны преодоление отраслевых диспропорций в российской промышленности и осуществление форсированного перехода нашего государства на качественно новый уровень технического развития.

1.5. Технологические уклады, их влияние на отраслевую структуру

Отраслевая структура зависит от циклических колебаний в экономике. При стратегическом планировании отраслевых структурных перестроек большое значение имеют анализ и прогнозирование длинных и сверхдлинных экономических волн, связанных с переходом к новым технологическим укладам (ТУ) и системам организации производства.

Развитие длинных экономических волн с позиций теории долгосрочного технико-экономического развития можно объяснить процессом последовательной смены крупных комплексов технологически сопряженных производств – *технологических укладов*.

Жизненный цикл ТУ охватывает примерно столетие, при этом период его доминирования в развитии экономики составляет 40–60 лет (по мере ускорения НТП и уменьшения длительности научно-производственных циклов он постепенно сокращается). На поверхности экономических явлений этот период предстает в форме длинных волн экономической конъюнктуры, периодичность которых впервые установил советский экономист Н. Д. Кондратьев и впоследствии подтвердили многие исследования (рис. 4).

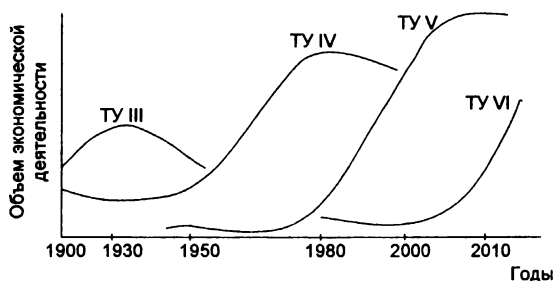


Рис. 4. Динамика смены технологических укладов в структуре экономической деятельности

Комплекс базисных совокупностей технологически сопряженных производств образует ядро *технологического уклада*. Технологические нововведения, участвующие в его создании, получили название *ключевого фактора*. Отрасли, играющие ведущую роль в рас-

пространении нового технологического уклада, являются его *несущими отраслями*¹.

В процессе смены технологических укладов отстающие страны получают преимущество. Поскольку они не обременены чрезмерным накоплением капитала в рамках устаревшего ТУ, то при формировании воспроизводственного контура нового уклада могут ориентироваться на уже накопленный инвестиционно-технологический опыт развитых стран, оптимизируя состав создаваемых технологических цепочек.

Смена технологических укладов требует, как правило, определенных изменений в социальных и институциональных системах. Эти изменения способствуют массовому внедрению технологий нового уклада и распространению соответствующих типов потребления и образа жизни. Затем начинается фаза быстрого расширения нового ТУ. Он становится основой экономического роста и занимает доминирующее положение в структуре экономики. В фазе роста нового уклада большинство технологических цепочек перестраиваются в соответствии с его потребностями. Одновременно зарождается следующий, новейший ТУ, который пребывает в эмбриональной фазе до момента достижения доминирующим укладом пределов роста, после чего начинается очередная технологическая революция. При этом формируется новый вид инфраструктуры, осуществляется переход на новые виды энергоносителей, закладываются база для становления следующего технологического уклада.

Фаза роста нового ТУ сопровождается не только снижением издержек производства (оно ускоряется по мере формирования нового воспроизводственного контура), но и изменением экономических оценок под влиянием меняющихся условий воспроизводства. Процесс замещения технологических укладов начинается с резкого роста цен на энергоносители и сырьевые материалы, обусловленного их избыточным потреблением в разросшихся технологических цепочках перестаравшего ТУ.

Скачок цен на энергоносители и сырье приводит к резкому падению прибыльности производства в технологических совокупностях доминирующего ТУ. Это служит сигналом к массовому внедрению принципиально новых, менее энерго- и материалоемких технологий. Одновременно высвобождается капитал из достигших преде-

¹ Глазьев С. Ю. О задачах структурной политики в условиях глобальных технологических сдвигов // Экон. наука соврем. России. 2007. № 3. С. 50–59.

лов роста производств перезревшего ТУ. По мере перетока капитала в освоение базисных технологий нового уклада масштабы последнего увеличиваются. Динамика соотношения цен способствует повышению эффективности технологий, составляющих новый уклад, а с вытеснением предшествующего уклада – и эффективности всего общественного производства. В дальнейшем по мере насыщения соответствующих общественных потребностей, снижения потребительского спроса и цен на продукцию нового ТУ, а также исчерпания технических возможностей совершенствования и удешевления составляющих его производств рост эффективности общественного производства замедляется. В заключительной фазе жизненного цикла доминирующего технологического уклада наблюдаются снижение темпов экономического роста и относительное (или даже абсолютное) снижение эффективности общественного производства.

В зависимости от фаз жизненного цикла доминирующего технологического уклада меняются движущие силы экономического роста. В период становления нового ТУ ведущую роль играют экономические агенты, первыми осваивающие его базовые нововведения. Благодаря их деятельности создаются предпосылки для замещения прежнего уклада новым. Это происходит после скачка цен на энергоносители и изменения соотношения прибыльности производства в пользу технологических совокупностей нового ТУ. В фазе роста технологического уклада траектория его развития становится вполне определенной, увеличивается масштаб производства, формируется его технологическая структура. В данной фазе роль новаторов снижается, начинает преобладать рутинная активность предпринимателей-имитаторов. Эти фазы характеризуются разными механизмами экономического роста, различающимися соотношением ролей финансового и промышленного капиталов.

В фазе роста технологического уклада на первый план выходят навыки быстрого тиражирования технологии, форсированного наращивания выпуска видов продукции, которые фактически могут быть имитацией уже представленных на рынке вариантов. Как следствие, роль лидеров технологического развития переходит к агентам производства, промышленному капиталу.

В становлении нового ТУ большую роль играют государственные инвестиции, средства образовательных центров и институты венчурного финансирования. Снимая значительную часть риска, государство дает возможность новаторам реализовать свои научно-технические проекты в условиях высокой конкуренции альтернативных технических решений при недостатке спроса на их результаты.

Формирование воспроизводственного контура нового ТУ – длительный процесс, имеющий два качественно разных этапа. На *первом этапе* возникают его ключевой фактор и ядро в условиях доминирования предшествующего ТУ, который объективно ограничивает возникновение производств нового уклада потребностями собственного расширенного воспроизводства. С исчерпанием экономических возможностей этого процесса наступает *второй этап*, начинающийся с замещения доминирующего ТУ новым и проявляющийся в виде очередной длинной волны экономической конъюнктуры (табл. 6).

Первая длинная экономическая волна охватила период с 70–80-х гг. XVIII в. до 20–30-х гг. XIX в. Это период первого этапа промышленного переворота в странах Европы и Северной Америки, давшего импульс для перехода их экономик к индустриальной модели развития. На этом этапе происходит внедрение паровых машин в сферу обрабатывающего производства стран, перешедших к аграрно-индустриальному типу хозяйствования. Вследствие этого в них формируется *первый технологический уклад* промышленного производства.

Вторая длинная экономическая волна охватила период с 20–30-х до 80-х гг. XIX в. На этом этапе в странах Западной Европы и США происходит завершение промышленного переворота, складывается новая отрасль экономики – машиностроение – и завершается переход к индустриально-аграрному типу хозяйствования. В ходе этой длинной экономической волны в промышленных странах складывается *второй технологический уклад* индустриального производства.

Третья длинная экономическая волна охватила период с 80-х гг. XIX в. до 30-х гг. XX в. Следствием ее становится формирование в странах Западной Европы и Северной Америки *третьего технологического уклада* индустриального производства, основу которого составила тяжелая промышленность. Его ядро – электротехническое и тяжелое машиностроение, производство и прокат стали, электроэнергети-

ка, неорганическая химия. Ключевыми продуктовыми факторами являются электродвигатель и сталь. На данном этапе происходит формирование крупных корпораций, расширяются институты государственного регулирования национальных экономик, финансовый капитал концентрируется в банковской системе, управление отделяется от собственности. В сфере организации инновационной деятельности создаются внутрифирменные научно-исследовательские отделы, начинается участие ученых и инженеров с университетским образованием в производстве, появляются национальные институты и лаборатории, вводится всеобщее начальное образование.

Четвертая длинная экономическая волна охватила период с 30-х до 80-х гг. XX в. Следствием ее явилось формирование в промышленных странах *четвертого технологического уклада* индустриального производства, основу которого составило точное и сложное машиностроение. Четвертый технологический уклад стал формироваться в начале XX в. на базе научных и технических прорывов, к которым привела техническая революция рубежа XIX–XX вв. В целостную воспроизводственную систему, определяющую экономический рост в ведущих промышленных странах, он начал превращаться после мирового кризиса 1929–1933 гг. В середине XX в. он становится главным в этих странах и сохраняет свою ведущую позицию в технологической базе данных стран до структурного кризиса 70–80-х гг., который подтолкнул энергетический кризис 1973–1982 гг. Ядро четвертого технологического уклада составили автомобилестроение, тракторостроение, производство и переработка нефти, цветная металлургия, органическая химия и синтетические материалы, производство потребительских товаров длительного пользования. Ключевыми факторами этого уклада выступили двигатель внутреннего сгорания и нефтехимия.

В сфере экономического регулирования в период господства в производстве технологий четвертого уклада в промышленно развитых странах складываются системы государственного регулирования национальных рыночных хозяйств, получают развитие государственные институты социального обеспечения. В структурах национальных экономик данных стран возникают военно-промышленные комплексы. Одновременно получают развитие такие экономические институты, как транснациональные корпорации и мировые олигополии, вертикальная интеграция и концентрация производства, дивизионный иерархический контроль.

Таблица 6

Характеристика технологических укладов

Номер технологического уклада и период его доминирования	Ключевой фактор	Ядро и несущие отрасли технологического уклада	Страны-лидеры	Режимы экономического регулирования в странах-лидерах	Основные институциональные тенденции
I 1770–1830-е гг.	2 Текстильные машины	3 Текстильная промышленность, текстильное машиностроение, выплавка чугуна, строительство каналов, водяной двигатель	4 Великобритания, Франция, Бельгия	5 Разрушение феодальных монополий, свобода торговли	6 Конкуренция отдельных предпринимателей и мелких фирм, их объединение в партнерства, обеспечивающие кооперацию индивидуального капитала
II 1830–1880-е гг.	Паровой двигатель	Железнодорожный транспорт, машино- и паростроение, угольная, станкоинструментальная промышленность, черная металлургия	Великобритания, Франция, Бельгия, Германия, США	Свобода торговли, ограничение государственного вмешательства в экономику. Появление отраслевых профессиональных союзов. Формирование социального законодательства	Концентрация производства в крупных организациях. Развитие акционерных обществ, обеспечивающих концентрацию капитала на принципах ограниченной ответственности
III 1880–1930-е гг.	Электродвигатель	Электротехническое и тяжелое машиностроение, производство и прокат стали, неорганическая химия, электроэнергетика	Страны Западной Европы, США, Россия	Расширение институтов государственного регулирования. Государственная ответственность на естественные монополии,	Слияние фирм, концентрация производства в картелях и трестах. Господство монополий и олигополий. Концентрация финансового капитала в бан-

Окончание табл. 6

1	2	3	4	5	6
IV 1930–1980-е гг.	Двигатель внутреннего сгорания, нефтехимия	Автомобилестроение, цветная металлургия, производство товаров длительного пользования, органическая химия, производство и переработка нефти, прикладная наука	США, СССР, страны Западной Европы, Япония	Основные виды инфраструктуры, в том числе социальной Социальное государство. Военно-промышленный комплекс. Институты развития. Кейнсианское государственное регулирование экономики	ковской системе. Отделение управления от собственности Транснациональные корпорации, олигополии на мировом рынке. Вертикальная интеграция и концентрация производства. Дивизиональный иерархический контроль и доминирование технократуры в организациях
V 1980–1990-е – 2030-е гг.	Микроэлектроника	Электронная промышленность, вычислительная техника и программное обеспечение, телекоммуникации, роботостроение, производство и переработка газа, авиакосмическая промышленность	США, Япония, страны ЕС	Государство развития. Либерализация финансовых рынков, глобализация. Упадок профсоюзного движения	Международная интеграция на основе информационных технологий, интеграция производства и сбыта. Поставки «как раз вовремя», сетевые структуры организации экономической деятельности
VI 2030-е гг. – ?	Нанотехнологии, молекулярная биология	Нанотехнологии, генная инженерия, информатика, телекоммуникации, атомная промышленность, наука, образование, здравоохранение	–	Становление институтов глобального регулирования экономической деятельности	Формирование глобальных информационно-технологических сетей производства и сбыта продукции, предоставления образовательных, медицинских и информационных услуг

В области организации инновационной деятельности в странах-лидерах возникают специализированные научно-исследовательские отделы в большинстве фирм. Развертывается государственное субсидирование военно-ориентированных научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (НИОКР), а также вовлечение государства в сферу гражданских НИОКР. Получает развитие среднее и высшее профессиональное образование. Транснациональные корпорации начинают широко использовать передачу технологий посредством лицензий и инвестиций.

В 80-х гг. XX в. четвертая экономическая волна сменяется *пятым длинным экономическим циклом*, который, видимо, продлится до 30-х гг. XXI столетия. Следствием развертывания этой волны стало формирование в ведущих промышленных странах *пятого технологического уклада* индустриального производства.

Ядро пятого технологического уклада составляют электронная промышленность, вычислительная и оптико-волоконная техника, программное обеспечение, телекоммуникации, роботостроение, добыча и переработка газа, информационные услуги. Ключевым технологическим фактором выступают компьютеры, микроэлектронные компоненты, информационные технологии. В сфере экономического регулирования получают развитие государственное регулирование стратегических видов информационной и коммуникационной инфраструктур, регулирование финансовых институтов и рынков, оптимизация роли государства в национальных экономиках.

В области развития экономических институтов складываются системы международной интеграции мелких и средних фирм на основе информационных технологий, а также интеграции производства и сбыта, происходит становление институтов глобального регулирования экономических процессов. В сфере организации инновационной активности развиваются горизонтальная интеграция НИОКР, проектирование производства и обучения. Формируются вычислительные сети, системы государственной поддержки новых технологий и университетско-промышленного сотрудничества, возникают новые институциональные условия для развития программного обеспечения и биотехнологий.

Развитие технологий пятого технологического уклада промышленного производства стимулирует развертывание структурных сдвигов в индустриальной экономике. В ней постепенно выделяются три производственно-технологических сегмента: ресурсодобывающий, производство готовой продукции и сфера услуг.

Ресурсодобывающий сегмент – это сфера производства базовых ресурсов: агропродуктов, топлива, минерального сырья, лесопромышленного сырья. Конкурентоспособность здесь определяется двумя составляющими: природными качествами продукта и издержками производства, транспортировки, хранения. Поскольку природные качества таких товаров примерно одинаковые, то главным фактором конкурентоспособности выступает цена, т. е. лежащие в ее основе издержки производства, хранения, перевозки. Эти издержки, в свою очередь, определяются стоимостью рабочей силы и уровнем производительности труда. Главная форма борьбы за рынки таких товаров – ценовая конкуренция.

С учетом особенностей геоэкономического положения России и ее природных ресурсов данные отрасли, с одной стороны, служат источником рентных доходов, а с другой – фактором замедления роста зарплаты в перспективе, так как ее низкий относительно западных стран уровень объективно служит фактором поддержания конкурентоспособности сырьевых товаров.

Развитие производства сырьевых товаров стратегически можно рассматривать как рентную базу инвестиций в высокотехнологичные производства и расширение спроса на продукцию этих производств.

В структуре сегмента производства готовой продукции можно выделить три производственно-технологических яруса товаров: низкотехнологичные, среднетехнологичные, высокотехнологичные. К низкотехнологичным относятся продукты черной металлургии, конструкционные материалы, швейные изделия, текстиль, обувь и т. д. В категорию среднетехнологичных товаров входят станки, транспортные средства, пластмассовые изделия, продукты основной химии, мебель. Высокотехнологичными продуктами являются аэрокосмическая техника, автоматизированное оборудование, электроника, фармацевтика, точные и измерительные приборы, электрооборудование.

Развитие сегмента производства услуг является важнейшей закономерностью перехода к постиндустриальной экономике (в высокоразвитых промышленных странах наблюдается разное, но существенное возрастание доли сферы услуг в национальном хозяйстве). В середине 1990-х гг. доля отраслей сферы услуг в структуре произведенного ВВП составляла в США 73 %, во Франции – 67, в Италии – 64, в Англии – 63 %.

По уровню технологичности сферу услуг можно разделить на традиционные услуги (бытовые, ремонт и обслуживание автотранс-

порта, туризм, культурно-развлекательные и т. д.) и наукоемкие, которые подразделяются на потребительские и производственные. К наукоемким услугам относятся телекоммуникационные, кредитно-финансовые и страховые, деловые, научные (производственные), а также услуги образования, здравоохранения, культуры (потребительские).

Для эффективного формирования пятого технологического уклада производства ключевое значение в рыночной стратегии приобретает завоевание и удержание ниш на рынке высокотехнологичной продукции и наукоемких услуг. Зарубежными специалистами мировой рынок наукоемкой продукции в настоящее время оценивается примерно в 2,3 трлн долл., и в перспективе он будет неуклонно расширяться. Семь ведущих держав мира контролируют 80 % этого рынка, обладая 46 из 50 ключевых макротехнологий, обеспечивающих производство и поставки на него высокотехнологичной продукции. Как следствие, США получают от экспорта на данный рынок ежегодно 700 млрд долл., Германия – 550 млрд долл., Япония – 400 млрд долл.

Доля России, обладающей приоритетами примерно в 17 макротехнологиях, на этом рынке составляет всего 0,3 %, в то время как она могла бы претендовать на 10–15 % его объема, что приносило бы 120–180 млрд долл. в год.

Преодоление стратегического отставания в области технологий пятого технологического уклада требует колоссальных инвестиций, полный объем которых на сегодняшний день в России ни государственный, ни частный сектор обеспечить не способны. Быстрое развитие несущих отраслей пятого технологического уклада в России на сегодняшний день происходит на импортной технологической базе, что говорит о догоняющем, имитационном характере развития технологий.

Наблюдаемый в мировой экономике кризис свидетельствует о том, что пятый технологический уклад близок к пределам своего роста: взлет и падение цен на энергоносители, финансовый кризис можно считать признаками завершающей фазы жизненного цикла доминирующего ТУ и начала структурной перестройки экономики на основе следующего – *шестого технологического уклада*. Его становление и рост будут определять глобальное развитие в ближайшие два-три десятилетия.

Между пятым и шестым технологическими укладами существует преемственность. Вместе с тем они различаются глубиной проник-

новения технологии в структуру материи и масштабами обработки информации. Пятый ТУ основан на применении достижений микроэлектроники в управлении физическими процессами на микронном уровне, а шестой – на использовании нанотехнологий, оперирующих на уровне одной миллиардной метра. Наноуровень дает возможность менять молекулярную структуру вещества, придавать ему целевым образом принципиально новые свойства, проникать в клеточную структуру живых организмов, видоизменяя их. Измерения ядра шестого технологического уклада в современной экономике выявили основные его составляющие.

Ключевой фактор этого уклада – нанотехнологии, клеточные технологии и методы геной инженерии, опирающиеся на использование электронных растровых и атомно-силовых микроскопов, соответствующих метрологических систем.

Ядро шестого ТУ составляют наноэлектроника, молекулярная и нанофотоника, наноматериалы и наноструктурированные покрытия, оптические наноматериалы, наногетерогенные системы, нанобиотехнологии, наносистемная техника, нанооборудование.

К несущим отраслям относятся электронная, атомная и электротехническая промышленность, информационно-коммуникационный сектор, станко-, судо-, автомобиле- и приборостроение, фармацевтическая промышленность, солнечная энергетика, ракетно-космическая промышленность, авиастроение, клеточная медицина, семеноводство, строительство, химико-металлургический комплекс.

В настоящее время развитие шестого технологического уклада сдерживается как незначительным масштабом распространения и неотработанностью соответствующих технологий, так и неготовностью социально-экономической среды к их широкому применению. Хотя расходы на освоение новейших технологий и масштаб их применения растут по экспоненте, удельный вес шестого ТУ в структуре современной экономики остается незначительным. Качественный скачок произойдет после завершения структурной перестройки ведущих экономик мира и перехода нового технологического уклада к фазе роста, что ожидается в середине текущего десятилетия. По прогнозам Научного фонда США, к 2015 г. годовой оборот рынка нанотехнологий достигнет 1–1,5 трлн долл.

Наряду с отраслями ядра нового ТУ подъем охватит также его несущие отрасли. В их числе останутся отрасли предшествующего пятого уклада: электротехническая, авиационная, ракетно-космическая, атомная, приборо- и станкостроение, образование, связь. Кроме того, новый технологический уклад распространится на здравоохранение, эффективность которого многократно возрастет с применением точных технологий и методов диагностики генетически обусловленных болезней, и сельское хозяйство (оно получит мощный импульс к развитию на основе применения достижений молекулярной биологии и геной инженерии), а также проявится в создании новых материалов с заранее заданными свойствами. Благодаря появлению наноматериалов в число несущих отраслей нового ТУ также войдут химико-металлургический комплекс, строительство, судо- и автомобилестроение¹.

Вопросы и задания для самоконтроля

1. Дайте характеристику отрасли как продукта общественного разделения труда.
2. Как влияют формы общественного разделения труда на развитие отраслевой структуры экономики?
3. Какие показатели характеризуют отраслевую структуру экономики?
4. В чем различие производственно-технологической, хозяйственно-организационной, ведомственно-управленческой классификаций отраслевых структур?
5. В чем заключается сущность рыночного подхода к пониманию отрасли экономики?
6. Дайте характеристику методов классификации и кодирования, используемых в ОКВЭД.
7. Дайте определение коэффициента перекрестной эластичности спроса по цене.
8. Как по величине коэффициента перекрестной эластичности определить экономические границы отрасли?
9. Охарактеризуйте основные этапы и тенденции формирования отраслевой структуры экономики России.
10. Дайте характеристику технологических укладов и процесса их последовательной смены.

¹ Глазьев С. Ю. Мировой экономический кризис как процесс смены технологических укладов // *Вопр. экономики*. 2009. № 3. С. 26–38.

Глава 2. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КОНКУРЕНЦИИ В ОТРАСЛИ¹

2.1. Понятие конкуренции и ее роль в развитии отраслевой структуры экономики

Конкуренция относится к экономическим категориям, сущность которых не имеет однозначного толкования. По мере становления и развития экономической мысли в содержании понятия «конкуренция» отражались различные аспекты. Можно выделить несколько теоретических подходов к трактовке экономического содержания понятия «конкуренция».

Понятие конкуренции вошло в экономическую теорию из бытового языка, и в течение длительного времени это слово обозначало только независимое соперничество двух или более лиц². Именно *поведенческий подход* к трактовке категории конкуренции изначально установился в экономической литературе. Конкуренцию рассматривают через внутреннее свойство человека, присущее его натуре, которое естественным образом проявляется и в экономическом поведении людей, стремящихся к соперничеству.

Конкуренция, по мнению А. Смита, представляет собой совокупность взаимосвязанных попыток продавцов установить контроль на рынке в долгосрочной перспективе. Следовательно, конкуренция – это процесс реакции на новую силу и способ достижения нового равновесия, сущностью которого является борьба конкурентов за относительные преимущества³. При этом основным методом конкурентной борьбы выступает изменение цен.

А. Смит выделяет условия свободной конкуренции:

- конкуренты должны действовать независимо, а не в сговоре;
- число конкурентов, потенциальных или уже имеющих, должно быть достаточным, чтобы исключить экстраординарные доходы;

¹ Глава подготовлена совместно с И. Н. Мавриной.

² *Стиглер Дж.* Совершенная конкуренция: исторический ракурс // Теория фирмы. СПб., 1995. С. 269–281. (Вехи экономической мысли; вып. 2).

³ *Смит А.* Исследование о богатстве народов. М.: Республика, 1997. 352 с.

- экономические единицы должны обладать приемлемым знанием о рыночных возможностях;
- должна быть обеспечена свобода действий в соответствии с этим знанием;
- необходим достаточный запас времени, чтобы направление и объем потока ресурсов стали отвечать желанию хозяйствующих субъектов¹.

Неоклассический вариант поведенческого толкования конкуренции, одним из родоначальников которого справедливо считается английский экономист А. Маршалл, связывает ее с борьбой за редкие экономические блага и, разумеется, за деньги потребителя, на которые их можно приобрести. Логика этого подхода состоит в том, что большинство благ (товаров, услуг, ресурсов) являются редкими в том смысле, что их количество меньше потенциальной потребности общества. Поэтому владельцы благ имеют возможность распределять их, руководствуясь своей выгодой. Они выставляют условия или критерии (требуемый уровень цен, качества и т. п.) и в зависимости от исполнения этих условий решают, кому предоставить блага, а кому – нет².

А. Маршалл выдвинул еще одно утверждение, которое долгое время было господствующим в экономической теории рынков. Он считал монополию полной противоположностью конкуренции. Либо одно существует на рынке, либо другое. И если свободная конкуренция – это оптимальное состояние экономики, то монополия как ее антипод является такой организацией, которая уменьшает общественное благосостояние, причем всегда и везде.

Представление о единственности, устойчивости и детерминированности равновесия в условиях совершенной конкуренции нашло отражение в теории общего равновесия Л. Вальраса. Используя механизм общего равновесия, на основе предпосылок конкурентного рынка Л. Вальрас выдвигает процедуру «нащупывания», показывая, что относительные цены, сформированные на рынках свободной конкуренции, в точности соответствуют решениям системы уравнений с неизвестными в виде равновесных цен и объемов продаж. Свободный рынок достигает этого результата именно потому, что он свободен: есть возможность изменения цен и объемов продаж как следствие

¹ Смит А. Указ. соч. С. 301.

² Маршалл А. Принципы экономической науки: в 3 т. М.: Прогресс, 1993. Т. 1. С. 217.

проб и ошибок, так что каждый экономический агент и со стороны предложения, и со стороны спроса движется как бы «на ощупь».

Наряду с поведенческой трактовкой понятия конкуренции в XIX в. и особенно в XX в. получил распространение *структурный подход*. Его истоки восходят к работам Дж. Робинсон, Э. Чемберлина и других крупнейших ученых, заложивших фундамент современной западной теории четырех типов рынков: совершенной конкуренции, монополистической конкуренции, олигополии и монополии.

Э. Чемберлин доказал, что каждый конкурент, стремясь выделиться на рынке, прежде всего старается дифференцировать свой продукт, что влечет за собой создание субрынка, на котором он выступает как частичный монополист, регулирующий цену. Впервые монополия и конкуренция рассмотрены не как антитезы. Введено понятие «монополистическая конкуренция», и термины, в него входящие, не исключают друг друга. Исследователь обратил внимание на то, что дифференциация товара приводит к ситуации, когда вместо единого рынка складывается сеть частично обособленных рынков. Основная идея Э. Чемберлина, положенная в основу его теории монополистической конкуренции, заключалась в том, что современный рынок с дифференцированным продуктом возможно рассматривать как конкуренцию между монополистами, каждый из которых имеет рыночную власть над частью потребителей. В структурной трактовке конкуренции в центре внимания оказывается не соперничество фирм в установлении цены, не выяснение того, кто и почему победил, а установление принципиальной возможности (или невозможности) влияния фирмы на общий уровень цен на рынке. Если такое воздействие невозможно, то речь идет о совершенной конкуренции, в противном случае – об одной из разновидностей конкуренции несовершенной.

Таким образом, структурная концепция конкуренции предполагает смещение акцента с борьбы организаций друг с другом на анализ структуры рынка, тех условий, которые на нем господствуют.

В начале XX в. изменились взгляды на конкуренцию и ее роль в экономике. Основной критике подверглась модель совершенной конкуренции за чрезмерное внимание только к одному ее виду – ценовой конкуренции – и за невозможность раскрыть ее сущность с помощью динамичной конкурентной борьбы, а также за игнорирование роли научно-технологических инноваций и воздействия государства на развитие и поддержку конкуренции.

Одним из первых представителей нового, *функционального, подхода* является Й. Шумпетер, который в качестве отличительного критерия конкурентного рынка выделяет его способность инициировать новые достижения научно-технического прогресса.

В условиях конкуренции происходит открытие новых ресурсов и расширение возможностей использования уже существующих, поэтому ее рассматривают как процедуру открытия. Функциональный подход смещает рассмотрение экономической сущности конкуренции в сторону изучения ее роли в экономическом развитии. Этот аспект рассмотрения конкуренции связан с тем, что одну и ту же потребность можно удовлетворить различными способами.

Функциональный подход на первое место выдвигает концепцию конкуренции как борьбы старого с новым. Эта борьба осуществляется предпринимателями – организаторами производства, которые внедряют новые комбинации ресурсов, занимаются нововведениями.

Исследуя теорию конкурентоспособности, М. Портер ведущее место отводит не столько структуре рынка и уровню развития конкурентных отношений, сколько степени их адаптации к технологическим изменениям. Конкуренция в отрасли вытекает из ее основополагающей экономической структуры и выходит далеко за рамки поведения действующих конкурентов. Состояние конкуренции в отрасли зависит от угрозы вхождения на рынок новых участников и появления товаров-субститутов, рыночной власти покупателей и поставщиков, характера соперничества между действующими конкурентами. Потребители, поставщики, субституты, потенциальные участники – все это «конкуренты» для компаний отрасли, которые могут быть более или менее влиятельными в зависимости от конкретных обстоятельств. Конкуренция в таком широком смысле может быть определена как расширенное соперничество¹.

В соответствии с функциональным подходом конкуренция в отрасли постоянно вызывает тенденцию к снижению нормы прибыли на инвестированный капитал до минимального конкурентного уровня, т. е. уровня, соответствующего условиям, определяемым в экономической теории как условия совершенной конкуренции.

¹ Портер М. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов: пер. с англ. М.: Альпина Бизнес Бук, 2005. С. 56.

В условиях новой экономики конкурентная среда становится все более сложной по степени взаимного влияния всех сил и интенсивности конкуренции. Эволюция теории конкуренции привела к новому пониманию современной экономической системы с точки зрения содержания конкурентных отношений. На данном этапе развитие экономики характеризуется изменением отношений между экономическими агентами: от жесткой конкуренции к сочетанию кооперации и конкуренции в различных сферах. Сформировалось новое понимание конкуренции с точки зрения *ценностно-сетевого подхода*, суть которого находит отражение в двух основных аспектах:

- во-первых, конкуренция – это соперничество за вхождение в наиболее эффективные и надежные производственные цепи создания ценностей;

- во-вторых, это борьба за место в цепи, так как от него зависит размер доли получаемой прибыли.

Современный этап развития конкуренции, безусловно, связан с инновациями (продуктовыми, технологическими и организационными). Все это в условиях современной экономики привело к появлению *логистической концепции* бизнеса, к возникновению конкуренции цепей и внутри самих сетевых производственных систем создания ценностей.

В основе ценностно-сетевой концепции лежит тезис о том, что компании являются скорее потенциальными партнерами в создании конечного отраслевого продукта, чем конкурентами. Конечный потребитель, приобретая товар, ставит оценку не только конечному продавцу, но и всей отраслевой цепочке – от начала и до конца. Все звенья отраслевой цепи участвуют в той или иной мере в создании потребительной стоимости и ценности, поэтому любое предприятие, включенное в цепь, несет ответственность не только в пределах своей зоны работы, но и за качественное обеспечение связей между различными звеньями.

С точки зрения типологии подходов к исследованию природы конкуренции возможно выделить понятия статической и динамической конкуренции.

При *статическом подходе* конкуренция отражает сложившееся состояние рынка и характеризует набор рыночных условий, в которых протекает конкурентная борьба. Статическая модель предполагает противопоставление конкуренции и монополии как двух полярных состояний рынка. Статическая конкуренция в большей мере присуща структурному подходу к ее анализу.

Динамический подход предполагает, что конкуренция является процессом развития рынка. Она представляет собой эндогенную составляющую рыночной среды, которая обуславливает характер изменения рынка и фирм. Понимание динамического характера конкуренции позволяет признать многообразие соотношений конкуренции и монополии как соотношений, проявляющихся в различных вариантах рыночной власти – конкуренции между производителями дифференцированного продукта и ценовой дискриминации. При исследовании конкуренции как динамического по своей природе процесса конкуренция и монополия оказываются лишь моментами единого процесса развития рынка, «во всей системе цен силы конкуренции и монополии неразрывно сплетаются в единую ткань, отличаясь в ней лишь своими особыми узорами»¹.

Конкуренция проявляется на различных уровнях: макроэкономическом, мезоэкономическом и микроэкономическом. Она может рассматриваться в разных аспектах, в том числе:

- как способ координации хозяйственной деятельности;
- как механизм взаимодействия агентов рынка;
- как способ достижения экономических целей;
- как способ завоевания конкурентных преимуществ.

Соответственно выделяются различные типы конкуренции, имеющие специфические формы проявления. Например, в зависимости от характера экономического контроля над эффективностью использования производственных ресурсов рассматривается свободная и регулируемая конкуренция; по способу регулирования межотраслевых пропорций – отраслевая и межотраслевая конкуренция.

2.2. Ценовая и неценовая конкуренция

Использование цены в качестве инструмента конкурентной борьбы зависит от содержания происходящей на рынке конкуренции. В зависимости от способов реализации стратегических целей предприятия выделяют два вида конкуренции: ценовую и неценовую.

¹ Чемберлин Э. Теория монополистической конкуренции. М.: Экономика, 1996. С. 29.

Ценовая конкуренция предполагает продажу товаров или предложение услуг по ценам, более низким, чем у конкурентов. Цены могут быть снижены за счет сокращения издержек производства и реализации или путем уменьшения нормы прибыли, включаемой в цену продукции.

К видам ценовой конкуренции относятся:

1) конкуренция между фирмами, реализующими идентичные товары, пытающимися за счет установления предельно низких цен вытеснить остальных продавцов и обеспечить тем самым наибольший сбыт;

2) конкуренция между покупателями одной отрасли, которая приводит к увеличению спроса на продукцию и, следовательно, к повышению цен на предлагаемые товары. Оценивая затраты, которые покупатель может понести за право удовлетворения собственной потребности в продукте, продавец повышает цену данного товара;

3) конкуренция между покупателями и продавцами: покупатели предпочитают купить товар подешевле, продавцы хотят продать его дороже. Итог этой конкурентной борьбы во многом зависит от соотношения сил конкурирующих сторон;

4) межотраслевая конкуренция, т. е. соревнование предприятий различных отраслей, выпускающих товары-субституты (аналоги, заменители). Развитие такой конкуренции может вызывать как понижение, так и повышение цен на рынке. Регулирующим элементом при этом выступает цена товара-субститута.

Ценовая конкуренция восходит к тем далеким временам свободного рыночного соперничества, когда даже однородные продукты предлагались на рынке по самым разнообразным ценам. Понижение цены было той основой, с помощью которой промышленник (торговец) выделял свой продукт, привлекал внимание к нему и в конечном счете завоевывал желаемую долю рынка. Когда рынки монополизированы, разделены между незначительным числом больших компаний, захвативших ключевые позиции, производители стремятся дольше удерживать цены неизменными, чтобы, целенаправленно снижая себестоимость и расходы на маркетинг, обеспечить возрастание прибыли, ее максимизацию.

Механизм ценовой конкуренции действует следующим образом. Компания-производитель устанавливает на свою продукцию цены

ниже рыночных. Конкуренты, не имеющие возможности последовать данной инициативе, не могут удержаться на рынке и уходят с него либо разоряются. Однако всегда находится конкурент, который выведет фирму из сложного положения, переживет «войну цен» и дождется нового повышения цен на продукцию. Так что на выигрыш может рассчитывать лишь та компания, которая имеет более стабильное положение на рынке по сравнению с конкурентами. Если же конкурирующие компании находятся в приблизительно равных условиях, то «ценовая война» не просто расточительна, но и бессмысленна.

Ценовая конкуренция применяется главным образом фирмами-аутсайдерами в борьбе с монополиями, для соперничества с которыми в сфере неценовой конкуренции у аутсайдеров нет сил и возможностей. Помимо этого ценовая конкуренция используется для проникновения на рынки с новыми продуктами.

Основное условие ведения удачной конкурентной борьбы с помощью цен – неизменное улучшение производства и снижение себестоимости. Выигрывает лишь тот предприниматель, который обладает резервом снижения издержек производства.

Вплоть до середины XX в. из двух видов конкуренции во всем мире заметно преобладала ценовая. В настоящее время ситуация изменилась, и на первое место вышла неценовая конкуренция.

В основе *неценовой конкуренции* лежит не уровень цены, а качество товара (срок службы, производительность, надежность). Появление данного вида конкуренции обусловлено усложнением запросов потребителей в силу роста уровня их доходов, расширением объемов рынка, ускорением научно-технического и технологического прогресса.

Повышение качества товара может осуществляться по двум основным направлениям: первое – совершенствование технических характеристик товара; второе – улучшение приспособляемости товара к нуждам потребителей. Неценовая конкуренция посредством улучшения качества продукции получила название *конкуренции по продукту*. Этот вид конкуренции основывается на стремлении захватить часть отраслевого рынка путем выпуска новых товаров, которые либо принципиально отличаются от своих предшественников, либо представляют собой модернизированный вариант старой модели. Конкуренция, основанная на повышении качества, имеет противоречивый

характер. С одной стороны, повышение качества служит способом скрытого снижения цен и расширения сбыта; с другой стороны, «качество» – это субъективная оценка, которая открывает возможность фальсификации путем рекламы и красивой упаковки.

Неценовая конкуренция за счет сбыта продукции получила название *конкуренции по условиям продаж*. Этот вид конкуренции основывается на улучшении обслуживания покупателя. К нему относится воздействие на потребителя через рекламу, совершенствование торговли, установление льгот по обслуживанию покупателей после приобретения товара, т. е. в процессе его эксплуатации.

Основными *формами неценовой конкуренции* являются:

- дифференциация продукта;
- улучшение качественных и потребительских параметров товара;
- реклама.

Дифференциация выпускаемой продукции увеличивает ассортиментное разнообразие и позволяет предложить покупателям всевозможные по типу, стилю, марке, качеству продукты и услуги. Анализируя предпочтения потребителей, товаропроизводитель может легко завоевать свою нишу на рынке. В то же время данная форма конкуренции, доведенная до крайней степени проявления, сбивает покупателя с толку, усложняя процесс выбора. Достаточно часто предпочтение одним товарам перед другими отдается исходя не из реальных качественных и потребительских параметров продукта, а из цены как наилучшего показателя свойств предлагаемых продуктов и услуг.

Другой формой неценовой конкуренции является *улучшение выпускаемых товаров и предлагаемых услуг*. Совершенствование качественных либо потребительских параметров продукта обеспечивает компании расширение рынка реализации товара и вытеснение конкурентов. В целях сохранения присутствия на рынке остальные фирмы вынуждены соответствовать заданному уровню. Данная форма оказывает позитивное воздействие на экономику: способствует развитию научно-технического прогресса не только в сфере потребительских продуктов, но и в области ресурсного и материально-технического обеспечения. Примером может служить постоянное обновление стандартов при производстве двигателей автомобилей (ЕВРО-2, ЕВРО-3, ЕВРО-4), стимулируемое требованиями потребителей к экологичности продукции.

Отмечая положительные стороны конкуренции в форме совершенствования продукта, необходимо обратить внимание на имитационную деятельность компаний в данной области. Активность компании-имитатора, направленная на улучшение продукта, как правило, ограничивается незначительными поверхностными переменами. Добиваясь внешнего эффекта, выдавая незначительные изменения в товаре (изменение названия, упаковки) за существенные, компания априори закладывает моральный износ в усовершенствованный товар, что вызывает быстрое разочарование покупателя в продукте, на смену которому пришла уже его новая модель. Данное направление деятельности компаний объективно ведет к расхищению ограниченных ресурсов и вызывает рост потребительских расходов населения.

Помимо указанных, к числу форм неценовой конкуренции относят также *предоставление широкого спектра услуг*, в том числе обучение персонала, бесплатное сервисное обслуживание, зачет старого сданного продукта в качестве первого взноса за новый, поставку оборудования «под ключ». Меньшее энергопотребление, сниженная металлоемкость, предотвращение загрязнения окружающей среды и другие аналогичные улучшенные потребительские характеристики выдвинулись в последнее десятилетие на ведущее место в списке неценовых аргументов в пользу продукта.

В связи с огромным влиянием на общественность средств массовой информации одним из важнейших способов ведения конкурентной борьбы стала *реклама*. С помощью рекламы компании не только доносят до покупателей информацию о потребительных свойствах продуктов, но и формируют доверие к собственной товарной, ценовой, сбытовой политике, стремясь сделать благоприятным образ компании. Основная цель рекламы – стимулирование сбыта путем приспособления потребительского спроса к продукту.

2.3. Типология отраслевых рынков

Рыночная структура отражает все наиболее важные аспекты рынка: количество фирм в отрасли, характер производимого продукта, возможности для входа на рынок и выхода из него фирм, количество покупателей, способность отдельной фирмы воздействовать на цены. Чем ниже способность фирмы влиять на рынок, тем более конкурентной считается отрасль.

Поскольку структура того или иного рынка определяется множеством факторов, то количество типов рынка является практически неограниченным. Для упрощения анализа в экономической теории принято выделять четыре базовые модели рынка: совершенную конкуренцию, чистую монополию, монополистическую конкуренцию и олигополию. Модели конкурентных рыночных структур приведены в табл. 7.

Таблица 7

Модели рынка и их основные характеристики

Модель рынка	Количество фирм	Характеристика товара	Особенности ценообразования	Условия вступления в отрасль
Совершенная конкуренция	Очень много	Схожий, однородный, стандартизированный	Фирма является ценополучателем. Цена, относительно низкая, складывается в результате взаимодействия спроса и предложения	Очень легкие. Барьеры отсутствуют
Монополистическая конкуренция	Много	Дифференцированный	Цена назначается в зависимости от потребительских предпочтений. Существует значительная дифференциация цен	Сравнительно легкие
Олигополия	Несколько	Стандартизированный или дифференцированный	Монопольно высокие цены устанавливаются при сговоре (картели), ниже – при лидерстве в ценах, низкие – при ценовой конкуренции	Вход в отрасль затруднен. Основным барьером является положительный эффект масштаба производства
Чистая монополия	Одна	Редкий, уникальный	Характерен полный диктат цен	Вход в отрасль блокирован

Рынок совершенной конкуренции

Рынок совершенной конкуренции характеризуется следующими чертами:

1. *Продукция фирм однородна*, так что потребителям безразлично, у какого производителя ее покупать. Все товары отрасли являются совершенными заменителями, а перекрестная эластичность спроса по цене для любой пары фирм стремится к бесконечности. Это означает, что любое сколь угодно малое повышение цены одним производителем сверх рыночного уровня ведет к сокращению спроса на его продукцию до нуля.

2. *Количество экономических субъектов на рынке неограничено велико*, а их удельный вес относительно отрасли крайне мал. Решения отдельной фирмы (отдельного потребителя) об изменении объема ее продаж (покупок) *не влияют на рыночную цену* продукта.

В модели совершенной конкуренции предполагается отсутствие сговора между продавцами или покупателями для получения монопольной власти на рынке. Рыночная цена является результатом совместных действий всех покупателей и продавцов.

3. *Свобода входа и выхода* на рынке. Отсутствуют какие-либо ограничения и барьеры: не требуются патенты или лицензии, ограничивающие деятельность в данной отрасли, значительные первоначальные капиталовложения. Положительный эффект масштаба производства крайне незначителен и не препятствует входу в отрасль новых фирм. Отсутствует государственное вмешательство в механизм спроса и предложения (субсидии, налоговые льготы, квотирование, социальные программы и т. п.).

Свобода входа и выхода предполагает *абсолютную мобильность всех ресурсов*, свободу их перемещения территориально и из одного вида деятельности в другой.

4. *Доступность информации* для всех субъектов рынка. Это означает, что все фирмы знают цены всех ресурсов и возможные технологии, а потребители имеют полную информацию о ценах всех фирм. При этом предполагается, что информация распространяется мгновенно и бесплатно.

Данные характеристики являются настолько строгими, что практически нет реальных рынков, которые соответствовали бы им полностью. Тем не менее модель совершенной конкуренции является

крайне важным элементом экономического анализа. Она позволяет исследовать рынки, условия на которых близки к конкурентным, т. е. рынки относительно однородной продукции, на которых фирмы имеют дело с высокоэластичным спросом и могут достаточно свободно входить в отрасль и выходить из нее. К тому же модель совершенной конкуренции позволяет оценить эффективность реальных отраслей и степень их монополизации.

В условиях совершенной конкуренции фирма предлагает на рынке лишь незначительную часть продукции отрасли.

Совершенный конкурент является на рынке ценополучателем, и кривая его индивидуального спроса абсолютно эластична по цене (рис. 5). Кривая рыночного спроса (D) убывает (рис. 5, а), поскольку, чем большее количество продукции на рынке, тем по более низким ценам готовы ее купить потребители. Кривая спроса на продукцию отдельной фирмы (d) представляет собой горизонтальную линию (рис. 5, б), поскольку конкурентная фирма может продать дополнительное количество товара без сокращения цены.

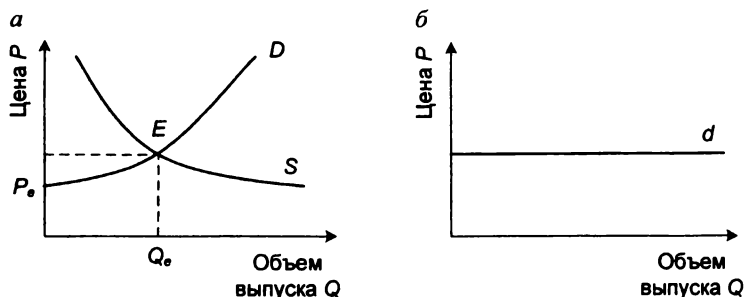


Рис. 5. Кривая спроса на продукцию конкурентной фирмы:
а – рыночного спроса; б – спроса на продукцию отдельной фирмы

Таким образом, в силу однородности продукции и наличия большого количества совершенных заменителей ни одна фирма не может продавать свой товар по цене, хоть немного превышающей цену равновесия P_e (см. рис. 5, а). Вместе с тем у конкурентной фирмы нет необходимости продавать товар по цене ниже равновесной, поскольку объем ее продаж крайне мал по сравнению с совокупным рынком и она может продать всю продукцию по цене равновесия.

Модель чистой монополии

Крайней противоположностью совершенной конкуренции является чистая монополия.

Чистая монополия – тип рынка, при котором единственная компания является производителем и продавцом данного вида продукции.

На рынке *не существует сколько-нибудь близких товаров-заменителей* для продукции монополиста, которая носит уникальный характер.

Монополист удерживает рынок в своей полной власти. *Максимально высокая рыночная власть* позволяет ему контролировать объемы продаж и тем самым воздействовать на рыночные цены. Вместе с тем разработка ценовой стратегии любой компании, даже чистого монополиста, предполагает обязательный учет платежеспособности потенциальных потребителей и действия закона спроса. Назначение слишком высоких цен ведет к сокращению объема продаж и может привести к снижению совокупных прибылей фирмы.

Условия максимизации прибыли при совершенной конкуренции и при монополии различны. Для конкурентной фирмы предельный доход всегда определяется рыночной ценой ($MR = P$), тогда как для монополиста предельный доход меньше цены реализации ($MR < P$).

Таким образом, в случае совершенной конкуренции оптимальный объем производства определяется путем сопоставления предельных издержек фирмы и рыночной цены, а при монополии фирма должна сопоставлять свои предельные издержки и предельный доход.

Совершенная конкуренция	$MC = MR = P$	Фирма не получает дополнительную прибыль
Монополия	$MC = MR < P$	Фирма получает дополнительную прибыль

Точки оптимума конкурентного и монопольного рынков не совпадают (рис. 6).

Сохранение монопольных позиций отдельной компанией возможно лишь в условиях *крайне высоких барьеров* входа в отрасль и выхода из нее, когда проникновение на рынок других фирм и их деятельность на нем являются практически невозможными или экономически неэффективными.

Характер существующих на рынке барьеров в значительной степени предопределяет различные типы монополий. Так, выделяют сырьевые, локальные и естественные монополии.

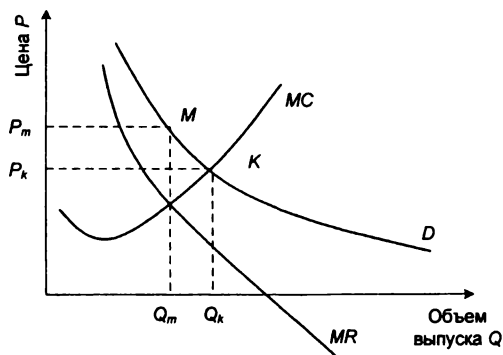


Рис. 6. Точки оптимума на конкурентном и монопольном рынках: P_m и Q_m — цена и объем выпуска монопольного рынка; P_k и Q_k — цена и объем выпуска конкурентного рынка

Сырьевые монополии обусловлены владением редким или стратегически важным сырьем и контролем над его поставками (например, алмазная промышленность).

Локальные монополии обусловлены высокими транспортными расходами, способствующими формированию изолированных местных рынков и появлению локальных монополистов в рамках единой в технологическом смысле отрасли.

Естественные монополии основаны на положительной экономии от масштаба производства, которая столь значительна, что одна фирма может обеспечить продукцией весь рыночный спрос при меньших издержках, чем несколько открыто конкурирующих фирм.

В Российской Федерации понятие естественной монополии закреплено в Федеральном законе РФ «О естественных монополиях». В соответствии с ним *естественная монополия* определяется как *состояние товарного рынка, при котором удовлетворение спроса на этом рынке эффективнее в отсутствие конкуренции в силу технологических особенностей производства (в связи с существенным понижением издержек производства на единицу товара по мере увеличения объема производства), а товары, производимые субъектами естественной монополии, не могут быть заменены в потреблении дру-*

гими товарами, в связи с чем спрос на данном товарном рынке на товары, производимые субъектами естественной монополии, в меньшей степени зависит от изменения цены на эти товары, чем спрос на другие виды товаров.

На сегодняшний день в России в соответствии с действующим законодательством к сферам деятельности естественных монополий относят:

- транспортировку нефти и нефтепродуктов по магистральным трубопроводам;
- транспортировку газа по трубопроводам;
- железнодорожные перевозки;
- услуги транспортных терминалов, портов, аэропортов;
- услуги общедоступной электросвязи и общедоступной почтовой связи;
- услуги по передаче электрической энергии;
- услуги по оперативно-диспетчерскому управлению в электроэнергетике;
- услуги по передаче тепловой энергии;
- услуги по использованию инфраструктуры внутренних водных путей.

Помимо перечисленных в законе отраслей к сфере функционирования естественных монополий значительно приближен ряд других важнейших элементов промышленной и социальной инфраструктуры. К их числу, в частности, можно отнести различного рода коммуникации и системы жизнеобеспечения (например, водопроводные и канализационные сети), метрополитен и прочие виды транспорта общего пользования.

Очевидно, что естественные монополии в большинстве своем охватывают те области хозяйственного комплекса, которые носят стратегический характер, лежат в основе национальной безопасности государства.

Рынок монополистической конкуренции

На рынке монополистической конкуренции, в отличие от модели совершенной конкуренции, предлагаемые значительным количеством фирм товары являются близкими, но не совершенными товарами-заменителями.

Ключевая характеристика данной рыночной структуры – дифференциация продукции. Под *дифференциацией продукции* подра-

зумевают ситуацию, в которой идентичная продукция производителей-конкурентов рассматривается покупателями как схожая, но не полностью взаимозаменяемая. Например, жевательные резинки «Орбит» и «Стиморол» различаются, дифференцируются, не воспринимаются потребителями как полностью взаимозаменяемые товары.

Дифференциация товаров создает возможность *ограниченного влияния на рыночные цены*, поскольку многие потребители сохраняют приверженность конкретной марке и фирме даже при некотором повышении цен.

По аналогии с чистой монополией в случае монополистической конкуренции для определения оптимального объема производства фирма сопоставляет свои предельные издержки и предельный доход.

В условиях монополистической конкуренции отдельные фирмы могут получать экономическую прибыль как в краткосрочном, так и в долгосрочном периоде в случае:

- наличия патента на товар с уникальными характеристиками;
- размещения в географически выгодном положении (отели, станции техобслуживания, кафе, рестораны);
- выпуска новой продукции и применения новой технологии.

Большое количество продавцов *исключает возможность сговора* и согласованных действий между фирмами в целях ограничения объема выпуска и повышения цен и *не позволяет* фирме существенным образом *влиять на рыночные цены*.

Вход на рынок монополистической конкуренции *является достаточно свободным*, что связано с относительно небольшими раз мерами уже действующих предприятий и небольшими первоначальными инвестициями.

Вместе с тем из-за дифференциации продукции и приверженности потребителей фирменной марке вхождение на рынок более сложно, чем при совершенной конкуренции. Новая фирма должна не только производить конкурентоспособную продукцию, но и иметь возможность привлечь к себе покупателей уже действующих фирм, что требует *дополнительных издержек* на усиление дифференциации своей продукции и обеспечение ее продвижения на рынок.

Обычно предполагается, что модель монополистической конкуренции наиболее реалистична в отношении рынка услуг (розничная

торговля, услуги частнопрактикующих врачей или юристов, парикмахерские и косметические услуги и т. п.).

Анализ сравнительных преимуществ различных рыночных структур позволяет оценивать монополистическую конкуренцию как наиболее полно соответствующую интересам покупателей. Дифференциация продукции расширяет возможности выбора потребителя, а сильная внутриотраслевая конкуренция и относительно невысокая рыночная власть удерживают цены на минимально возможном для дифференцированной продукции уровне (хотя и на несколько более высоком, чем на рынке совершенной конкуренции).

Вместе с тем для монополистических конкурентов характерны относительно небольшие размеры производственной деятельности. Размер фирм жестко ограничен быстрым появлением убытков при росте масштаба производства (отрицательный эффект масштаба производства).

Малые размеры и предопределяют основные проблемы, с которыми сталкиваются фирмы, функционирующие в условиях монополистической конкуренции. Это прежде всего *нестабильность рыночных условий*.

Если рыночный спрос слаб, то это может привести к финансовым потерям, банкротству, выходу из отрасли. Если рыночный спрос значителен, то это усиливает приток новых фирм в отрасль и ограничивает получение прибылей выше нормального уровня уже действующими фирмами, а также финансовые возможности для проведения НИОКР.

Рынок олигополии

Термин «олигополия» происходит от слов греческого происхождения «oligos» – несколько и «poleo» – продаю.

Олигополия – это рыночная структура, при которой большая часть производства и продаж осуществляется небольшим числом сравнительно крупных предприятий. Иногда ее еще определяют как «рынок немногих» или «конкуренцию немногих».

Характерный признак олигополистического рынка – *господство в отрасли нескольких* относительно (а иногда и абсолютно) *крупных предприятий*. Как правило, от 2–3 до 10–15 компаний удовлетворяют подавляющую часть рыночного спроса.

Принципиальным следствием небольшого количества фирм на рынке являются их особые взаимоотношения, проявляющиеся в *тес-*

ной взаимозависимости и остром соперничестве предприятий. При олигополии, в отличие от совершенной конкуренции или чистой монополии, деятельность любой из фирм вызывает обязательную ответную реакцию со стороны конкурентов. Подобная взаимозависимость действий немногочисленных фирм является *ключевой характеристикой олигополии* и распространяется на все сферы конкуренции: цену, объем продаж, долю рынка, инвестиционную и инновационную деятельность, стратегию стимулирования сбыта, послепродажные услуги и т. д. Так, существует понятие ценовой войны, ведущейся между фирмами в условиях олигополии. *Ценовая война* – это цикл последовательных уменьшений цены соперничающими на олигополистическом рынке фирмами. Войны цен хороши для потребителей, но оказывают негативное влияние на прибыли продавцов.

Характер производимого олигополией продукта не имеет решающего значения, он может быть как однородным, так и диверсифицированным.

Если потребители не отдают особых предпочтений какой-либо фирменной марке, а *все товары отрасли являются совершенными заменителями*, то отрасль называется *чистой или однородной олигополией*.

Наиболее типичными примерами практически однородной продукции являются цемент, сталь, алюминий, медь, свинец, газетная бумага, вискоза, продукция химической промышленности.

Если *товары имеют торговую марку и не являются совершенными заменителями* (причем разница между товарами может быть как реальной – по техническим характеристикам, дизайну, качеству изготовления, предоставляемым услугам, так и мнимой – по фирменной марке, упаковке, рекламе), то продукция является *дифференцированной*, а отрасль называется *дифференцированной олигополией*.

Примерами могут служить рынки автомобилей, компьютеров, телевизоров, сигарет, зубной пасты, безалкогольных напитков, пива и др.

Существование олигополии связано с ограничениями входа на рынок. Одно из них – необходимость значительных капиталовложений для создания предприятия в связи с крупномасштабным производством олигополистических фирм.

Олигополия – тип отраслевого рынка, на котором несколько фирм продают стандартизованный или дифференцированный товар,

причем доля каждого из них в общих продажах настолько велика, что изменение количества предлагаемой продукции одной из фирм ведет к изменению цены.

Немногочисленность фирм на олигополистическом рынке заставляет их использовать не только ценовую, но и неценовую конкуренцию, ибо последняя в таких условиях является более эффективной. Производители знают, что если они понизят цену, то их конкуренты сделают то же самое, что приведет к падению доходов. Поэтому вместо ценовой конкуренции «олигополисты» используют неценовые методы борьбы: техническое превосходство, качество и надежность изделия, методы сбыта, характер предоставляемых услуг и гарантий, дифференциацию условий оплаты, рекламу, экономический шпионаж.

На практике олигополии воздерживаются от ценовой конкуренции и стремятся к поддержанию стабильных цен в отрасли. Это во многом обуславливается соперничеством между субъектами рынка за возможность сбывать свою продукцию и получать большую прибыль, чем конкуренты. На основании различных условий (количества предприятий – участников рынка, характера сбываемой продукции, уровня издержек при производстве товаров и т. п.) компании формируют те или иные модели поведения, пытаются предугадать действия конкурентов и максимизировать свой доход.

Взаимозависимость фирм в условиях олигополии определяется трансформацией рыночных условий при изменении ценовых или количественных характеристик товара одной из компаний. Данные действия неизбежно будут вызывать ответную реакцию со стороны конкурентов. Фирма может расширить предложение за счет снижения стоимости продукта, но в рамках текущей рыночной ситуации расширение спроса на продукт компании произойдет при сокращении спроса на товары конкурирующих фирм. Стремясь к сохранению своего положения, конкуренты вынуждены будут ответить адекватным снижением цены. В итоге выиграет потребитель, так как при автономном поведении фирм, подобно тому, как это бывает при монополистической конкуренции, рынок будет стремиться к конкурентному равновесию, а прибыль компаний станет сокращаться. Таким образом, в условиях отсутствия взаимодействия между фирмами их экономическое положение будет ухудшаться.

Фирмы-конкуренты, осознавая взаимозависимость между собственным поведением и рыночным результатом своих действий, стано-

влятся заинтересованными в координации своей деятельности. Целью такой координации является достижение наилучшего с точки зрения действующих на отраслевом рынке фирм равновесного состояния, способствующего максимизации отраслевой прибыли. Наилучший выбор для фирмы, действующей в условиях олигополистического взаимодействия, – это координация своего поведения соответственно решениям, принимаемым конкурентами.

Олигополистическое взаимодействие – стратегия поведения конкурирующих фирм, направленная на координацию их деятельности с целью максимизации отраслевой прибыли.

Действующие в условиях олигополистического взаимодействия фирмы могут реализовать одну из двух стратегий координации деятельности – кооперативную и некооперативную.

Кооперативная стратегия представляет собой способ реализации олигополистического взаимодействия, при котором координация поведения продавцов осуществляется посредством достижения фирмами соглашения в отношении цены и объема отраслевого выпуска. Чем выше уровень кооперации компаний-производителей, тем больше рыночное равновесие будет тяготеть к монопольному.

Кооперативная стратегия может быть реализована в форме открытого соглашения, которое оформляется в виде письменного договора, либо скрытого соглашения, когда координация достигается путем копирования методов ценообразования и способов конкуренции других участников рынка (сознательный параллелизм). Кроме того, кооперативная стратегия может быть реализована в форме кооперативного сотрудничества, проявляющегося в виде предупредительных заявлений или принятия условных потолков цен.

В качестве примера приведем транспортный рынок олигополистической конкуренции, где тарифы менее гибки в силу постоянного мониторинга и согласованности действий в отношении цены на услуги со стороны фирм-конкурентов. Зачастую крупнейшие авиакомпании и перевозчики вступают в сговор о разделе рынка, ограничении конкуренции, недопущении снижения тарифов, например, в период массовых отпусков.

Некооперативная стратегия – это такой способ реализации олигополистического взаимодействия, когда координация деятельно-

сти фирм осуществляется путем конкурентных способов, в рамках которых каждая фирма проводит независимую, направленную на укрепление собственного положения стратегию. Крайней формой проявления данного типа стратегии являются ценовые войны, способные привести олигополистический рынок к виду, характерному для рынка совершенной конкуренции.

Выбор типа стратегии олигополистического взаимодействия напрямую зависит от экономического состояния государства, степени развитости рыночных структур и жесткости нормативно-правового законодательства.

Многообразие форм поведения компаний в условиях олигополии и особенности их взаимоотношений в конкретных рыночных ситуациях предопределяют существование большого количества разнообразных вариантов рыночных стратегий компаний.

Вопросы и задания для самоконтроля

1. Приведите основные характеристики моделей рыночных структур.
2. Перечислите основные характеристики рынка совершенной конкуренции.
3. Каковы основные особенности рынка монополистической конкуренции?
4. Дайте характеристику возможных моделей олигополистического взаимодействия.
5. В чем заключается эффективность олигополистической структуры отрасли?
6. Дайте определение рынка естественной монополии.
7. Охарактеризуйте картель как организационную форму олигополии.
8. Каковы отличия ценовой и неценовой конкуренции?
9. Что означает понятие «ценовая дискриминация» и каковы условия ее возникновения?
10. Охарактеризуйте продуктовую дифференциацию как форму неценовой конкуренции.

Глава 3. РАЗМЕР ПРЕДПРИЯТИЯ В ОТРАСЛИ И ФАКТОРЫ, НА НЕГО ВЛИЯЮЩИЕ

3.1. Концентрация и эффект масштаба производства

Концентрация – форма организации общественного производства, представляющая собой процесс сосредоточения производства на крупных предприятиях. Внешними проявлениями концентрации производства выступают увеличение размеров предприятий и рост доли крупных предприятий в общем выпуске продукции отрасли. В практике хозяйствования сложились такие виды концентрации производства, как абсолютная и относительная концентрация. В основе данного деления лежит характер используемых для определения уровня концентрации показателей (относительные и абсолютные).

Абсолютная концентрация характеризует размеры производства отдельных предприятий, а ее уровень определяют показатели объема выпуска продукции, среднегодовой стоимости основных производственных фондов, среднесписочной численности работающих. Остальные показатели используются для всестороннего анализа уровня концентрации производства.

Относительная концентрация характеризуется распределением общего объема производства в отрасли между предприятиями различного размера. Уровень относительной концентрации определяют следующие показатели: доля отдельного предприятия в объеме выпуска какой-либо продукции в целом по отрасли, доля предприятия на рынке продаж и др. Показатели уровня относительной концентрации в определенной мере характеризуют степень монополизации предприятия.

В качестве основы классификации видов концентрации производства может быть использован *уровень укрупнения производства*. В соответствии с данным признаком выделяют следующие *виды концентрации*:

1. **Агрегатная концентрация** (выражается в росте максимальной для данного уровня развития техники производительности машин и агрегатов и увеличении доли оборудования большой мощности в общей его численности или объеме вырабатываемой продукции).

2. **Технологическая концентрация** (определяется укрупнением цехов в составе предприятий путем качественного совершенствования техники и увеличения количества однотипного оборудования).

3. **Заводская концентрация** (состоит в увеличении размеров предприятий). Она более сложна и может явиться результатом технологической концентрации либо простого объединения нескольких предприятий в одно без изменения технического и организационного характера их деятельности.

4. **Организационно-хозяйственная концентрация** (выражается в создании производственных объединений путем горизонтальной и вертикальной интеграции деятельности нескольких предприятий).

Концентрация может принимать форму концентрации производства технологически и конструктивно однородной продукции на специализированных предприятиях либо концентрации взаимосвязанных однородных производств одной или разных отраслей в рамках одного предприятия.

Результатом концентрации производства является рост размеров предприятий. Крупные предприятия имеют возможность производить и сбывать продукцию с меньшими издержками по сравнению с небольшими изготовителями.

Преимущества крупных предприятий заключаются в возможности:

- внедрять оборудование большей единичной мощности;
- применять более совершенное специализированное оборудование;
- использовать дорогостоящие ресурсосберегающие технологии, позволяющие снижать затраты материальных ресурсов предприятия.

Крупные предприятия способны сократить перерывы в процессе производства, что обуславливается уменьшением времени наладки оборудования, приходящегося на единицу производимого изделия, более рациональной организацией производственной деятельности и ростом опыта работников.

На крупных предприятиях, как правило, концентрируются более квалифицированные инженеры, специалисты, рабочие, поскольку эти предприятия способны обеспечить достойный уровень вознаграждения и предоставляют возможность трудиться на передовой технике.

В основе механизма экономии от масштаба производства лежит уменьшение условно-постоянных расходов, проявляющееся в снижении долгосрочных средних издержек на единицу изделия.

Если долгосрочные средние издержки предприятия уменьшаются при увеличении объема производства продукции, то предприятие испытывает положительный эффект масштаба. Если долгосрочные средние издержки предприятия увеличиваются, то это признак отрицательного эффекта масштаба. На рис. 7 показана типичная кривая долгосрочных издержек, имеющая *U*-образную форму. Она отражает различные типы эффекта масштаба, которые фирма может испытать в долгосрочном периоде.

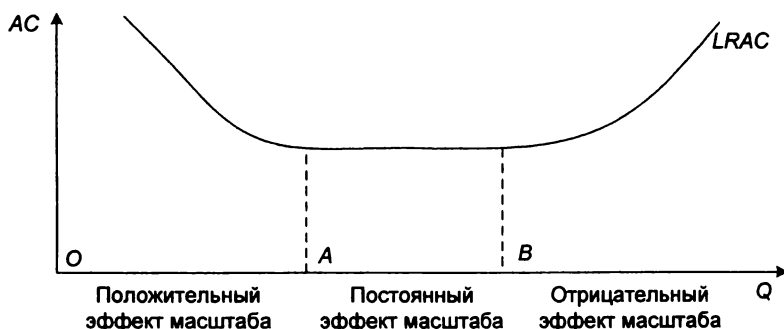


Рис. 7. График функций долгосрочных средних издержек в зависимости от роста объема производства:
LRAC – кривая долгосрочных средних издержек; *Q* – объем реализации;
AC – средние издержки

Из графика видно, что до некоторого минимального эффективного уровня выпуска продукции (отрезок *OA*) эффект масштаба значителен, что проявляется в снижении средних издержек по мере наращивания объемов производства. С помощью организационно-технологических преобразований можно несколько увеличить размеры предприятия за пределы отрезка *OA*, однако в точке *B* наступают отрицательные последствия чрезмерного роста масштаба производства и будет наблюдаться рост средних издержек.

Таким образом, эффект масштаба всегда исторически конкретен и зависит от того, насколько быстро изменяется технология производства, насколько интенсивно совершенствуется система управления

предприятием, насколько чутко высший менеджмент компании уловит момент, в который следует изменить отношение к росту масштаба производства.

Рассматривая предприятие с точки зрения синергии различных его подразделений, можно прийти к выводу о субаддитивности затрат, означающей, что совместное производство различных видов продукции стоит дешевле, чем раздельное.

Положительный и отрицательный эффекты масштаба могут быть результатом действия факторов, которые не имеют прямого отношения к эффекту масштаба. Эти факторы в основном связаны со стоимостью ресурсов для предприятия. Например, когда предприятие увеличивает масштаб производства, оно может оказывать влияние на своих поставщиков на рынке и таким образом получать скидки при оптовой покупке сырья и комплектующих деталей. Другой пример касается использования предприятием капитального оборудования, которое обладает лучшим соотношением «цена – качество». Когда предприятие увеличивает объемы выпуска, может оказаться полезным приобретение более экономически выгодного оборудования, чья цена и мощность не подходят при меньших масштабах производства.

Существуют и другие факторы, которые способствуют появлению эффекта масштаба. Во-первых, более крупные фирмы могут заминствовать средства на рынках долгосрочного ссудного капитала, неся меньшие издержки по сравнению с более мелкими фирмами. Например, компания может получить краткосрочные средства на рынке векселей, а долгосрочный капитал – на рынке корпоративных облигаций, тогда как небольшая компания может получить заемные средства только от банка. Как правило, процентные ставки, по которым фирма должна платить за средства, полученные на денежных рынках и рынках ценных бумаг, ниже, чем процентные ставки по банковским ссудам, выдаваемым на сопоставимый срок. Во-вторых, крупное предприятие может пользоваться преимуществом сбережения в результате более широкого использования издержек, связанных с продвижением товара. Если предприятие расширяет масштабы своего производства, для него может оказаться необязательным пропорционально расширять свой рекламный бюджет; возможно, ему вообще не придется его увеличивать. То же можно сказать и о затратах на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы.

Что касается отрицательного эффекта масштаба, то, если масштабы производства становятся настолько велики, что начинают существенно влиять на рыночный спрос, на факторы производства, это может привести к увеличению цен на данные факторы производства. Примером такой ситуации является расширение масштаба производства основного работодателя в определенном районе при сравнительно постоянном предложении труда. Если больший масштаб производства существенно увеличит спрос на труд, это может привести к росту размеров заработной платы в данном районе.

Фактором, который может привести к отрицательному эффекту масштаба и который не связан с долгосрочной производственной функцией, являются транспортные расходы предприятия. Когда предприятие увеличивает свои производственные мощности на определенном заводе, транспортные расходы на единицу продукции увеличиваются, а не уменьшаются. Это в значительной степени обусловлено тем, что транспортные расходы включают в себя не только доставку товаров из одного места в другое. Кроме того, существуют расходы на погрузочно-разгрузочные работы, расходы на страховку и охрану, а также затраты, связанные с хранением продукции (в ожидании отправки). Увеличение этих расходов способствует возрастанию транспортных издержек, поскольку средняя стоимость транспортировки также увеличивается. Более того, основные расходы на транспортировку могут расти быстрее, чем остальные типы расходов, если предприятию придется транспортировать дополнительную продукцию на более удаленные расстояния. В конечном счете увеличение стоимости транспортировки на единицу продукции может компенсировать снижение затрат на единицу продукции, которое вызвано эффектом масштаба. В этом случае проявится отрицательный эффект масштаба, т. е. произойдет увеличение средних общих издержек.

Необходимо учитывать также наличие связи между размером предприятия и динамикой трансакционных издержек внутри него, постепенно сводящей на нет позитивное влияние экономии от масштаба производства.

Трансакционные издержки, сопровождающие трансформационную деятельность предприятия по преобразованию факторов производства в товары, подразделяются на внутренние и внешние. При этом несущественно, трактуется ли предприятие социологически – как группа индивидов, соединившихся для решения какой-то общей задачи, либо экономически – как исполняемый многосторонний от-

ношенческий контракт. В любом случае внутренние трансакционные издержки будут включать прямые затраты на осуществление координации деятельности субъектов, использующих ресурсы для производства товаров (оплату труда менеджеров в части, связанной с организацией производства внутри фирмы), и косвенные затраты, или издержки оппортунистического поведения, связанные с неэффективным использованием ресурсов.

Деятельность менеджмента по формированию заданий работникам, контролю их выполнения, измерению результатов и их оценке требует издержек, и, чем качественнее она осуществляется, тем выше их уровень, тем значительнее прямые внутренние трансакционные издержки.

На величину косвенных внутренних трансакционных издержек более всего влияют численность работников организации и однородность их предпочтений, при этом воздействие данных факторов в значительной степени противоположно.

Зависимость между размером однородной организации, которая измеряется численностью занятых в ней работников, величиной совокупных внутренних трансакционных издержек и эффективностью использования ресурсов, можно проиллюстрировать графиками, показанными на рис. 8, 9.

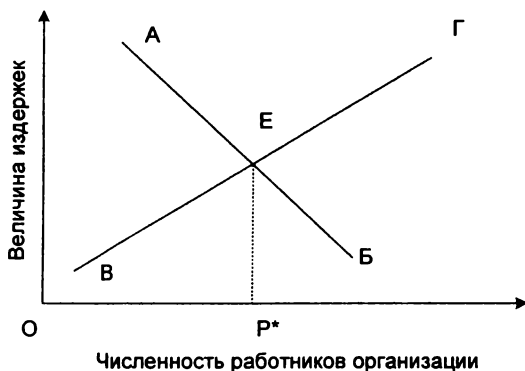


Рис. 8. Размер организации, трансакционные издержки и эффективность:

АБ – линия эффекта экономии от масштаба производства; *ВГ* – линия эффекта роста совокупных трансакционных издержек; *Е* – точка равенства трансакционных издержек и эффекта; P^* – оптимальный размер организации с точки зрения эффективности использования ресурсов

Как видно из графиков, начиная с определенного размера P^* (численность работников) эффект экономии от масштаба производства в организации начинает «поглощаться» возрастающими издержками координации, т. е. прямыми и косвенными внутренними транзакционными издержками.

Существует неоднородность интересов собственников, менеджеров, наемных рабочих. В силу этой неоднородности фактор размера предприятия приобрел большое значение в процессах формирования структуры и величины издержек.

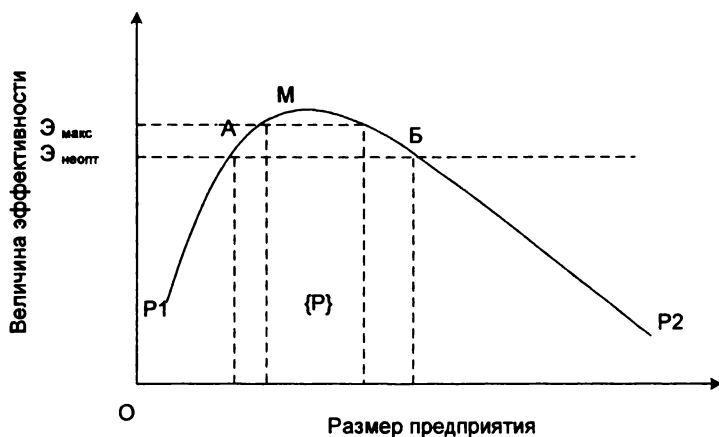


Рис. 9. Эффективность организации и ее размер:

АМБ – график зависимости эффективности от размера организации; *P1* и *P2* – неоптимальные размеры организации; *{P}* – интервал размеров организации, соответствующих ее деятельности при условии максимальной эффективности использования ресурсов

Само понятие предприятия, фигурирующее в составе термина «размер предприятия», может иметь различные трактовки.

Современные предприятия характеризуются значительным разнообразием организационно-правовых форм и структур. Их спектр простирается от полюса малых частных (индивидуальных) предприятий, в которых специализированная и единственная производственная деятельность осуществляется на единой площадке (территории), а функции менеджера, собственника и непосредственного работника соединены в лице одного индивида, до полюса транснациональных

корпораций, производственная деятельность которых осуществляется на множестве разобщенных территорий, расположенных в разных странах, относится к несвязанным отраслям, ведется самостоятельными юридическими лицами, при этом функции конечного контроля деятельности распределены между множеством собственников, а функции менеджмента выполняются наемными работниками.

В промежутке между этими полюсами размещаются разновидности фирм, которые в той или иной степени совмещают три основных аспекта деятельности предприятия:

- 1) производственно-технологический;
- 2) административно-правовой;
- 3) финансово-экономический.

В рамках *первого аспекта* предприятие представляет собой территориально локализованную единую площадку, на которой построены здания и сооружения, размещено производственно-технологическое оборудование, сформированы рабочие места, осуществляются координация действий работников и выпуск продукции или оказание услуг, являющихся непосредственным результатом взаимодействия факторов производства.

В рамках *второго аспекта* предприятие выступает как организация, являющаяся в частном, но широко распространенном случае юридическим лицом, несущим установленную законом ответственность за свои действия по заключенным контрактам. В рамках предприятия – юридического лица может функционировать одновременно несколько предприятий – производственных площадок, в том числе имеющих различную отраслевую принадлежность.

Предприятие – производственная площадка может существовать как несколько предприятий – юридических лиц. Так, например, машиностроительное предприятие, занимающее одно цельное строение, может вмещать в себя ряд независимых юридических лиц (торгово-посредническую фирму, цеха, приватизированные как отдельные предприятия, и т. п.). В то же время группа программистов, каждый из которых трудится дома, взаимодействуя с коллегами через Интернет, будет представлять собой предприятие – юридическое лицо, состоящее из соответствующего числа предприятий – производственных площадок, совпадающих с домашними рабочими местами.

В рамках *третьего аспекта* предприятие предстает как централизованно контролируемое (через соответствующую структуру собственности) формальное объединение нескольких юридических лиц, выступающих под единым фирменным наименованием. Каждое из предприятий – юридических лиц, входящих в состав такого предприятия – финансового комплекса, может представлять собой сложную совокупность предприятий – производственных площадок. Такими предприятиями являются многие современные многоотраслевые корпорации.

В соответствии с данной классификацией представляется целесообразным различать:

1) *технологические (физические) размеры предприятия*. Если предприятие – производственная площадка является производителем монопродукции, экономически целесообразными (для анализа эффективного размера предприятия) измерителями его размера могут выступать такие показатели, как численность занятых, объемы продаж (выпуска) продукции, стоимость активов, стоимость основных производственных фондов, занимаемая производственная площадь в целом по предприятию. Косвенной (вспомогательной) характеристикой технологических размеров может служить также годовой объем прибыли, полученной предприятием. Все эти показатели позволяют исследовать влияние как внешних, так и внутренних факторов эффективности. Если же предприятие производит нескольких различных продуктов, относящихся к независимым (несвязанным) товарным рынкам, то для учета внешних факторов эффективности указанные показатели должны разрабатываться по каждому из видов продукции, в то время как учет внутренних факторов эффективности может вестись и без такой разбивки;

2) *организационные размеры предприятия*. В качестве измерителей могут выступать все показатели, перечисленные в предыдущем пункте, однако для предприятия – юридического лица наиболее информативными представляются такие показатели, как годовые объемы продаж и прибыли (точнее, производные от них удельные показатели, отнесенные к объему всех продаж соответствующего отраслевого продукта и объему прибыли, полученной в отрасли);

3) *финансовые размеры предприятия*. Их характеристикой выступают прежде всего величина уставного капитала, рыночная стоимость фирмы, годовой объем произведенной продукции и полученная в течение года прибыль, а также производные от них удельные показатели, приведенные в предыдущем пункте.

Каждый из вышеназванных измерителей может иметь самостоятельную значимость при решении различных аналитических задач, т. е. оценка некоторого предприятия как малого, среднего или крупного не может быть абсолютной, она всегда дается лишь по отношению к задаче, решаемой исследователем.

Важность данного разграничения обусловлена тем, что упомянутое выше воздействие факторов транзакционных издержек, экономии от масштаба производства и экономии от разнообразия проявляется для каждого из трех типов предприятия в различных формах

Наиболее сложным для измерения размеров является предприятие – финансовый комплекс. Поскольку его составляют в той или иной степени зависимые от него (аффилированные) юридические лица, сбор статистических данных может и должен вестись в разрезе именно последних, а данные по «интегрирующему» их предприятию (корпорации, концерну) будут формироваться как совокупные по множеству его составляющих.

Измерение концентрации производства на уровне аффилированных предприятий способно выявить действие внешних факторов эффективности (отраслевой принадлежности и структуры рынка) и такого внутреннего фактора эффективности, как качество управления. В то же время оценка концентрации производства на уровне всего предприятия – финансового комплекса позволяет выявить действие только внутреннего фактора качества управления, прежде всего в форме влияния на эффективность такого феномена, как экономия от разнообразия. Именно с качеством управления всем предприятием как финансовым комплексом можно связать эффективность дополнения друг друга отдельными предприятиями – юридическими лицами, позволяющего реализовать этот вид экономии.

Для выявления действительных связей между уровнями концентрации производства и эффективностью необходимы дополнительные данные, отражающие соотношение физических и организационных размеров изучаемых предприятий.

Важный аспект проблемы исследования влияния концентрации производства на эффективность заключается в том, что в условиях открытой экономики объем производства какого-либо товара определенной фирмой и доля, занимаемая ею на внутреннем рынке этого товара, могут оказаться не связанными между собой переменными. Уро-

вень концентрации производства по тому или иному продукту (продуктовой группе) сам по себе не может служить основанием для однозначной оценки уровня монополизации рынка. Распределение предприятий по их размерам (оцениваемым объемами производства) в рамках отрасли должно быть сопоставлено с распределением долей продаж их продукции как на национальном уровне, так и на различных локальных сегментах рынка. Вполне реальной может быть ситуация, когда относительно небольшое по размерам предприятие, доля которого в общем объеме производства в целом невелика, будет занимать доминирующее положение на локальном сегменте рынка (например, в случае высоких транспортных издержек, препятствующих доступу на этот локальный рынок продукции других предприятий).

Следовательно, вопрос об организационно-производственной структуре отрасли, т. е. о ранговом распределении производителей определенной продукции по их размерам, измеряемым теми или иными показателями (численность занятых, стоимость активов, объем производства и т. п.), имеет как минимум два различных аспекта.

Во-первых, расчет издержек и показателей эффективности (производительности) для предприятий, находящихся в различных фрагментах организационно-производственной структуры, может явиться основанием для выработки рекомендаций по формированию оптимального параметрического ряда производителей по тому или иному критерию.

Во-вторых, сопоставление организационно-производственной структуры отрасли с ранговым распределением долей продаж различных производителей (включая зарубежных) может выступать источником данных для оценки отечественных производителей с точки зрения их рыночной власти.

3.2. Интеграция и диверсификация производства

Понятие «интеграция» (от лат. *integrum* – целое; *integration* – восстановление, восполнение) обозначает «объединение, взаимопроникновение».

Согласно общепринятой точке зрения, *интеграция* – это объединение экономических субъектов, углубление их взаимодействия, развитие связей между ними. Экономическая интеграция имеет место как на уровне хозяйств целых стран, так и между предприятиями, фирма-

ми, компаниями, корпорациями. Она проявляется в расширении, углублении производственно-технических связей, совместном использовании ресурсов, объединении капитала, а также в создании друг другу благоприятных условий для осуществления экономической деятельности, в снятии взаимных барьеров. Целью интеграции является объединение ресурсов (финансовых, производственных, сырьевых, интеллектуальных) коммерческих организаций для повышения эффективности предпринимательской деятельности, конкурентоспособности участников объединения.

Для современной экономики преимущества крупного производства обуславливаются не столько уровнем заводской концентрации, сколько характером ее взаимосвязи с процессами специализации, кооперирования и комбинирования производства, а также эффективностью механизмов, обеспечивающих согласованность протекания вышеуказанных процессов, их интеграцию для реализации намечаемых целей.

Количество сосредоточенных на предприятии ресурсов определяется масштабами и характером горизонтальной и вертикальной интеграций, являющихся элементами организационной структуры производств.

Горизонтальная интеграция характеризуется централизацией производств, конкурирующих на одном рынке, а также диверсификацией производства – расширением границ деятельности предприятия путем проникновения на новые товарные рынки.

Возможные варианты горизонтальной интеграции:

- 1) объединение с целью использования единой сбытовой сети;
- 2) объединение с целью реализации на одном рынке родственных товаров либо разных товаров одним и тем же потребителям;
- 3) объединение производств, расположенных в разных регионах, позволяющее расширить географию рынка сбыта.

Вертикальная интеграция характеризуется включением в структуру предприятия производств, относящихся к различным стадиям технологического процесса, а также вспомогательных и обслуживающих производств.

Вертикально интегрированные производства используются как ресурсы внутри предприятия, позволяя снижать издержки приобретения аналогичных товаров (услуг) у других предприятий.

При вертикальной интеграции предприятие дополняет свою производственную (технологическую) цепочку путем объединения производств от добычи сырья до реализации конечного продукта потребителю.

Вариантами вертикальной интеграции могут быть:

- интеграция вверх (цель – получение новых потребителей);
- интеграция вниз (цель – получение новых поставщиков).

Оптимальные варианты развития горизонтальной и вертикальной интеграции в рамках предприятия обуславливаются целым рядом технико-технологических, организационных и социально-экономических факторов.

Иерархические методы координации производства в структуре предприятия позволяют чаще всего обеспечить следующие *преимущества интеграции*:

- 1) снижение долговременных средних издержек производства за счет увеличения объемов выпуска;
- 2) уменьшение непроизводственных затрат, связанных с привлечением средств и ресурсов узкофункционального назначения;
- 3) минимизация ущерба от возможных проявлений экономической недобросовестности вследствие создания жесткой системы контроля и рациональной структуры внутрифирменного управления;
- 4) снижение затрат на согласование со структурными подразделениями вариантов адаптации к переменам, вызванным непредвиденными обстоятельствами, неизбежными в условиях ограниченной информации.

Вместе с тем иерархия управления в рамках предприятия может характеризоваться рядом недостатков, в частности:

- неэффективным использованием мощностей структур подразделений вследствие ориентации их деятельности преимущественно на внутрипроизводственные нужды, не обеспечивающей оптимальную экономию от масштабов производства;
- повышением стоимости, снижением качества и скорости передачи информации по усложняющимся вертикальным и горизонтальным связям;
- ослаблением стимулов к предпринимательству со стороны структурных подразделений.

Эффективное сочетание иерархической организации и рыночных регуляторов в современной экономике достигается путем развития корпоративной (акционерной) формы хозяйствования. Инкорпорирование (образование и развитие акционерных обществ) расширяет границы вертикальной и горизонтальной интеграций производства на основе механизма участия в акционерном капитале.

Основными конкурентными преимуществами корпораций являются:

1. Возможность привлечения дополнительного капитала при помощи выпуска ценных бумаг и их реализации на фондовом рынке. Корпорация по аналогии с Центробанком выступает, по существу, как эмиссионный центр, обменивая свои зафиксированные в бумажном или электронном виде обязательства на реальные инвестиции.

2. Создание дочерних, внучатых и зависимых компаний, совместно обслуживающих определенный сегмент рынка. Это позволяет использовать не только чисто рыночные средства, связанные с ценовой и неценовой конкуренцией, но и организационно-плановые методы, связанные с эффективным маркетингом и менеджментом (инновационное прогнозирование, управление межотраслевыми инвестиционными программами и проектами, глобальной и региональной логистикой). Корпорация как среднее звено управления планирует и организует весь технологический цикл, включая производство и реализацию конечного продукта, послепродажное обслуживание потребителей, при этом учитываются полные – прямые и сопряженные – затраты.

В ряде секторов экономики лидируют всего несколько корпораций, которые вступают друг с другом в альянсы и во все большей степени определяют и организуют развитие соответствующего сегмента рынка. Такие корпорации и их альянсы – принципиально новая форма планомерного сотрудничества конкурентов, которые принимают и реализуют стратегические решения об освоении новых рынков, разработке новых продуктов и технологий, создании или ликвидации производств и рабочих мест в различных странах и регионах.

3. Демократическое разделение власти между законодательными (общее собрание акционеров), исполнительными (совет директоров и правление) и контрольно-ревизионными органами (ревизионная комиссия и обязательный внешний аудит). Для реализации этого принципа в совет вводятся независимые (не работающие в корпорации, не

имеющие ее акций и т. д.) директора, представители персонала, научных, потребительских, экологических организаций. Законодательство и устав корпорации должны способствовать согласованию интересов акционеров, инвесторов, менеджеров, работников, клиентов, местных органов власти и общественности.

Ярким примером расширения границ внутрифирменной интеграции могут служить современные транснациональные корпорации. Так, годовой оборот «Дженерал моторз» превышает 100 млрд долл., что составляет примерно половину стоимости экспорта таких стран, как США и Япония. Этой корпорации принадлежат 209 заводов в США и 12 в Канаде, а также предприятия в 32 других странах с общей численностью служащих 813 тыс. чел. Корпорация «Тойота» получает комплектующие изделия из 230 компаний-субподрядчиков, в которых владеет большей частью корпоративного капитала, что позволяет ей успешно координировать производство.

Благодаря разветвленной кредитно-финансовой системе, объединяющей в единое целое сотни предприятий, действующих в разных странах, транснациональные корпорации становятся практически неуязвимыми по отношению к кризисным событиям в отдельной стране.

Ведущие корпорации пытаются резко увеличить объемы прежде всего наукоемкого производства, требующего значительных затрат на НИОКР. Эффективность вложений средств в НИОКР зависит от того, насколько комплексно будут использоваться результаты этих работ. Вероятность их комплексного применения находится в прямой зависимости от диапазона проникновения компаний в различные сферы и отрасли, т. е. от степени диверсифицированности фирмы. Одним из основных организационно-экономических факторов повышения конкурентоспособности предприятий является диверсификация.

Слово «диверсификация» произошло от латинских слов *diversus* – разный и *facere* – делать. Единое понятие (*diversification*) сформировано в современном английском языке. Оно означает наделение какого-нибудь объекта разнообразием, многообразием функций.

В экономической науке принято двойственное значение понятия «диверсификация», что обусловлено особенностью перевода. Диверсификация представляет собой стратегическую ориентацию на создание, с одной стороны, многопрофильного производства, с другой – портфеля ценных бумаг. Таким образом, *диверсификация* – это не только производст-

венно-сбытовая, но и финансовая политика, направленная на расширение номенклатуры продаваемых товаров и сфер деятельности фирм вообще.

Объекты диверсификации достаточно разнообразны, что сказывается на количестве трактовок исследуемой категории. Так, различают диверсификацию продукции, производства, кредитов и инвестиций, валютных резервов, банков, экспорта, технологий, структуры компании, рыночных и нерыночных институтов. Объектами диверсификации могут быть также портфель ценных бумаг, организационные решения, персонал, страхование и т. д. Наиболее часто в экономической практике используется понятие «диверсификация производства», под которым понимается одновременное развитие многих не связанных друг с другом видов деятельности, расширение ассортимента за рамки основного бизнеса.

Диверсификацию производства можно рассматривать и как инструмент, и как стратегию распространения хозяйственной деятельности на новые сферы (расширение ассортимента производимых изделий, видов предоставляемых услуг, географической сферы деятельности и т. д.) с целью приобретения хозяйствующими субъектами дополнительной экономической устойчивости, достижения синергетического эффекта от расширения бизнеса.

Виды диверсификации возможно классифицировать в зависимости:

- от способа организации бизнеса (ограниченная, связанная, не связанная и географическая);
- способа адаптации к изменениям внешней среды (горизонтальная, родовая, вертикальная и интеграционная);
- путей осуществления диверсификации производства (внедрение в технологически близкий бизнес и вступление в кардинально отличный бизнес). Диверсификация родственного плана возможна при технологической совместимости функционирующего и нового бизнеса: соответствии производственных циклов, значительной экономии затрат на производство продукции, развитии аналогичных секторов рынка, координации менеджмента. Неродственная диверсификация базируется на финансовых критериях. Она позволяет исключить малоприбыльную деятельность за счет более интенсивного использования активов;
- отраслевой структуры (межотраслевая, отраслевая и внутриотраслевая).

В научной литературе в качестве *предпосылок осуществления диверсификации* традиционно указываются:

- 1) падение нормы прибыли в основном производстве;
- 2) неравномерное развитие отраслей экономики;
- 3) научно-технический прогресс.

Соответственно к целям осуществления диверсификации производства могут относиться предотвращение банкротства, повышение эффективности производства, получение экономической выгоды. Существуют и более широкие трактовки *целей диверсификации*, в частности:

- обеспечение долгосрочного роста и рентабельности отраслей и рынков с высокими перспективами, повышение устойчивости бизнеса;
- увеличение размеров бизнеса;
- оптимизация использования ресурсов и возможностей компании;
- оптимизация соотношения внешних и внутренних доходов;
- установление баланса между высокорисковыми капиталоемкими производственными операциями и менее рискованными операциями в сфере услуг;
- установление баланса между высокорисковым наукоемким производством и менее рискованным промышленным производством;
- достижение оптимального соотношения между промышленными и потребительскими товарами (услугами);
- сбалансированность предлагаемого ассортимента товаров и услуг с различной цикличностью спроса;
- смена вида деятельности.

Кроме того, фундаментальное значение диверсификации, с точки зрения руководителя, заключается в том, чтобы создавать для акционеров высокую стоимость корпорации.

Для реализации этих целей используются внутренние (НИОКР; новые направления деятельности внутри компании – создание новой продукции и услуг внутри корпорации путем реализации концепции управления проектами на основе системного делового подхода; спинауты – стратегии управления разработкой инновационной продукции и услуг) и внешние (реализация проектов посредством создания новой компании, организация стратегических союзов, приобретение и поглощение компаний, создание совместных предприятий и т. д.) средства осуществления диверсификации.

Условно можно выделить следующие *методы осуществления диверсификации*:

1) обеспечение роста собственной компании за счет внутреннего развития или приобретения лицензий на новые технологии и продукты. Данный механизм осуществления диверсификации требует больших капитальных вложений и предполагает длительный период окупаемости;

2) создание совместных предприятий, что предполагает размывание собственности и соответственно сокращает монопольные сверхприбыли от внедрения новаций каждого участника;

3) приобретение рискованных фирм, в том числе венчурных. Это обычно происходит в совершенно незнакомых для материнской компании рыночных условиях;

4) размещение венчурного капитала (частичное финансирование венчурных фирм, участие в венчурных фондах, научно-исследовательских альянсах). Венчурные вложения, с одной стороны, дают доступ к новым технологиям, с другой – носят единовременный характер и не служат стимулом роста компании.

Результатом диверсификации может быть создание другой отрасли, нового продукта. Хозяйственная система определяет для себя возможный спектр приемлемых по тем или иным критериям инноваций и дифференцирует свою деятельность на базе этих новшеств, т. е. вкладывает денежные средства (осуществляет инвестиции) в передовые разработки, технологии и т. д. Следовательно, диверсификация в данном контексте может рассматриваться как одна из форм реализации инноваций и инвестиций.

Эффект от осуществления данного процесса возникает также в том случае, когда отдача от совместной работы нескольких предприятий, подразделений, отделов и т. д. существенно превышает суммарный эффект от их независимой работы по причине:

- централизации отдельных управленческих функций в управляющей компании, что приводит к снижению издержек в каждой из сфер деятельности конгломерата;
- рационализации использования активов и ресурсов компании, оптимизации рыночных возможностей и преимуществ компании на различных рынках, в различных отраслях. Диверсификация может осуществляться с целью перемещения капитала из традиционных

или малоприбыльных отраслей в новые наукоемкие и перспективные или высокорентабельные отрасли для выравнивания отраслевых сезонных колебаний и снижения рисков, для помещения свободных денежных средств.

Таким образом, диверсификация предоставляет предприятиям преимущества, которыми не обладают узкоспециализированные фирмы: наращивание потенциала доходности (поскольку они имеют возможность оперативно увеличить свои финансовые и прочие ресурсы, чтобы приспособиться к меняющимся условиям), снижение уровня риска, повышение конкурентоспособности.

Однако диверсификация может оказывать и отрицательное влияние на деятельность компании.

Во-первых, диверсификация, произошедшая в результате реинвестиций в другие виды бизнеса, с точки зрения владельца фирмы, фактически уменьшает, а не повышает общую стоимость компании. Если компания имеет сильное стратегическое преимущество или действует на растущем рынке, то нет причин искать пути для дополнительной диверсификации, поскольку ни одно предприятие не может бесконечно поддерживать рентабельность растущего бизнеса. Кроме того, отсутствие специализации и значительное увеличение корпоративных затрат по управлению вследствие диверсификации компании могут существенно уменьшить стоимость акционерного капитала.

Во-вторых, общекорпоративные стратегии могут оказаться бесполезными с точки зрения отдельных конкурентных стратегий. В диверсифицированных компаниях конкурентные стратегии должны разрабатываться на уровне стратегических бизнес-единиц, а не организации в целом.

В-третьих, для получения эффекта предприятие должно представлять собой холдинг:

- обладающий избыточным потенциальным ресурсом;
- располагающий значительным потенциалом ресурсного обеспечения, состояние которого позволяет проведение диверсификации производства;
- осуществляющий различные виды деятельности как на уровне единой технологической цепи, так и на отдельных ее участках;
- имеющий значительные возможности для выпуска различных видов продукции.

В-четвертых, разработка стратегии диверсификации требует грамотного учета влияния рыночных факторов, углубленного анализа отрасли, конкуренции внутри отрасли и т. д. Руководители предприятий в каждом отдельном случае сталкиваются с различными ситуациями, подчас имеющими слабое сходство между собой, что не позволяет использовать какой-либо универсальный механизм реализации стратегии диверсификации, требуя от руководителей принятия жизненно важных для организаций решений на основе их личного опыта, интуиции и оперативного использования имеющейся информации. В такой ситуации на первый план выходит недостаточное обеспечение предприятий высококвалифицированными управленческими кадрами, особенно в случаях диверсификации в неродственные отрасли, когда от персонала требуются новые и специальные знания.

Главное отличие современного этапа развития диверсификации – проникновение крупных фирм в смежные с основным производством отрасли, образование концернов с ярко выраженным отраслевым ядром. Например, в «Дженерал моторз корпорейшн» на автомобили, автобусы и комплектующие изделия приходится 85 % продаж, в «Юнайтед технолоджиз» аэрокосмическое оборудование, самолетные и ракетные двигатели составляют 46 % продаж.

В последние годы крупные компании развернули борьбу за реорганизацию своих предприятий, уменьшая производственные подразделения и соответственно увеличивая их число. Руководители таких крупнейших корпораций, как «Форд моторз», «Дженерал электрик», пошли по пути замены огромных промышленных комплексов новыми небольшими заводами, приступили к автоматизации уже существующих, ориентируя их на меньшую численность занятых. Например, производственное отделение концерна «Дженерал электрик», выпускающее моторы для самолетов, разделило два гигантских предприятия на восемь небольших заводов-спутников; крупная компания «Джонсон энд сан» смогла значительно повысить эффективность производства за счет реструктурирования завода с числом занятых 1200 чел. в четыре небольших предприятия; в автомобильном концерне «Дженерал моторз» стараются строить новые заводы с числом занятых не более 1 тыс. чел.

В настоящее время все шире внедряются формы интеграции производства, основанные на юридическом подчинении корпорации самостоятельных мелких фирм. Это вызвано тем, что из-за отрицательного влияния бюрократизированных управленческих надстроек

на мелких фирмах, включаемых в состав концернов, примерно на одну треть сокращается производительность труда, в 1,5 раза уменьшаются доходы, существенно снижаются темпы НТП. Широкому развитию хозяйственной интеграции крупных и небольших предприятий способствует и антимонопольное законодательство. Например, в США по специальному закону все крупные фирмы, имеющие федеральные контракты на сумму 500 тыс. долл. и более, обязаны в своих планах предусматривать субконтрактные работы для мелких фирм. Основная продукция небольших машиностроительных предприятий – комплектующие детали и узлы, операции, услуги.

Таким образом, развитие диверсификации не означает одновременной деспециализации производства. Наоборот, сочетание в крупных фирмах освоенного серийного производства и разработки новой продукции, постоянный поиск новых сфер хозяйственной деятельности приводят к возникновению весьма гибких и адаптивных организационных структур.

3.3. Слияния и поглощения

Для обозначения экономических процессов укрупнения бизнеса и капитала, происходящих на макро- и микроэкономическом уровнях, применяется аббревиатура M&A (от англ. *Mergers and Acquisitions* – слияния и поглощения).

Подход к идентификации процессов M&A базируется на появлении в результате сделки новой компании либо осуществлении процессов в рамках существующих фирм. Выделяют два основных вида M&A: слияние и поглощение.

Слияние – это объединение двух или более хозяйствующих субъектов, в результате которого образуется новая экономическая единица (новое юридическое лицо).

Существуют определенные различия в толковании понятия «слияние компаний» в зарубежной теории и практике и в российском законодательстве.

В соответствии с общепринятыми за рубежом подходами под слиянием подразумевается любое объединение хозяйствующих субъектов, в результате которого образуется экономическая единица из двух или более ранее существовавших структур.

В соответствии с российским законодательством под слиянием понимается реорганизация юридических лиц, при которой права и обязанности каждого из них переходят ко вновь возникшему юридическому лицу в соответствии с передаточным актом. Следовательно, необходимым условием оформления сделки слияния компаний является появление нового юридического лица, при этом новая компания образуется на основе двух или нескольких прежних фирм, полностью утрачивающих свое самостоятельное существование. Новая компания берет все под свой контроль, после чего ранее существовавшие компании распускаются. Например, если компания *A* объединяется с компаниями *B* и *C*, то в результате на рынке может появиться новая компания *D* ($D = A + B + C$), а все остальные ликвидируются.

В зарубежной же практике под слиянием может пониматься объединение нескольких фирм, в результате которого одна из них выживает, а остальные утрачивают свою самостоятельность и прекращают существование. В российском законодательстве этот случай подпадает под термин «присоединение», подразумевающий, что происходит прекращение деятельности одного или нескольких юридических лиц с передачей всех их прав и обязанностей обществу, к которому они присоединяются ($A = A + B + C$).

В зависимости от характера интеграции компаний целесообразно выделять следующие *виды слияний*:

- **горизонтальные слияния** – объединение компаний одной отрасли, производящих одно и то же изделие или осуществляющих одни и те же стадии производства;

- **вертикальные слияния** – объединение компаний разных отраслей, связанных технологическим процессом производства готового продукта, т. е. расширение компанией-покупателем своей деятельности либо на предыдущие производственные стадии вплоть до источников сырья, либо на последующие – до конечного потребителя (например, слияние горнодобывающих, металлургических и машиностроительных компаний);

- **родовые слияния** – объединение компаний, выпускающих взаимосвязанные товары. Например, фирма, производящая фотоаппараты, объединяется с фирмой, производящей фото пленку или химические реактивы для фотографирования;

• **конгломератные слияния** – объединение компаний различных отраслей без наличия производственной общности (в этом случае сложно определить профилирующее производство).

Вид слияний зависит от ситуации на рынке, а также от стратегии деятельности компаний и ресурсов, которыми они располагают.

Поглощение можно определить как взятие одной компанией другой под свой контроль, управление ею с приобретением абсолютного или частичного права собственности на нее. Поглощение компании зачастую осуществляется путем скупки всех акций предприятия на бирже, что означает приобретение этого предприятия.

Существуют различные *мотивы слияния или поглощения* компаний:

- 1) мотивы уменьшения оттока ресурсов (имеются в виду прежде всего денежные ресурсы, являющиеся издержками предприятия);
- 2) мотивы увеличения / стабилизации притока ресурсов;
- 3) нейтральные по отношению к движению ресурсов мотивы.

К *первой группе мотивов*, нацеленных прежде всего на уменьшение издержек, можно отнести следующие:

1. *Экономия от масштаба*. Экономия, обусловленная масштабом производства, достигается тогда, когда средняя величина издержек на единицу продукции снижается по мере увеличения объема производства продукции. Один из источников такой экономии заключается в распределении постоянных издержек на большее число единиц выпускаемой продукции. Основная идея экономии от масштаба состоит в том, чтобы выполнять больший объем работы на тех же мощностях, при той же численности работников, при той же системе распределения и т. д. Иными словами, увеличение объема позволяет более эффективно использовать имеющиеся в наличии ресурсы. Однако существуют определенные пределы увеличения объема производства, при превышении которых издержки на производство могут существенно возрасти, что приведет к падению рентабельности производства.

Отклонения от оптимального в плане издержек на единицу продукции объема производства возможны в обе стороны. Это недопроизводство из-за недостатка заказов и перепроизводство из-за недостатка мощностей (например, если вследствие срочности заказа станок работает на предельной скорости, потребляя больше ресурсов на

единицу выпускаемой продукции). Оба отклонения могут быть выровнены после удачного слияния / поглощения.

Данный мотив особенно характерен для горизонтальных слияний.

2. *Повышение эффективности работы с поставщиками.* Объединяясь, компании приобретают дополнительный рычаг снижения закупочных цен. Это может быть достигнуто как путем увеличения совокупного объема закупок и приобретения тем самым возможности пользоваться дополнительными скидками, так и путем прямой угрозы смены поставщика.

3. *Ликвидация дублирующих функций.* Данный мотив тесно связан с мотивом экономии от масштаба. Смысл заключается прежде всего в сокращении управляющего и обслуживающего персонала и расширении функций за счет устранения дублирования функций различных работников и централизации ряда услуг.

Многие компании добиваются значительной экономии в краткосрочной перспективе за счет централизации маркетинга и сбыта, возможности предлагать дистрибьюторам более широкий ассортимент продуктов, использовать общие рекламные материалы.

Получение экономии путем ликвидации дублирования особенно характерно для горизонтальных слияний. Но и при образовании конгломератов порой возможно ее достижение. В этом случае добиваются экономии за счет устранения дублирования функций различных работников и централизации ряда услуг в таких сферах, как бухгалтерский учет, финансовый контроль, делопроизводство, повышение квалификации персонала и общее стратегическое управление компанией. Кроме того, отпадает необходимость дублирования программного обеспечения, приобретение лицензий на использование которого требуется, как правило, немалых средств.

4. *Кооперация в области НИОКР.* Выгоды от слияния могут быть получены в связи с экономией на дорогостоящих программах разработки новых технологий и создания новых видов продукции. С помощью слияний / поглощений могут быть соединены передовые научные идеи и денежные средства, необходимые для их реализации. Одна фирма может иметь выдающихся исследователей, инженеров, программистов, но не обладать соответствующими производственными мощностями и сетью реализации, необходимыми для извлечения выгоды от новых продуктов, которые ими разрабатывались. Дру-

гая компания может иметь превосходные каналы сбыта, но ее работники лишены необходимого творческого потенциала. Вместе же компании способны плодотворно функционировать.

Молодые, передовые в технологическом отношении отрасли, связанные с производством и использованием наукоемкой продукции, технологических новинок, сверхсложной техники, становятся главной сферой интересов слияний.

5. Уменьшение налогов, таможенных платежей и иных сборов.

Нередко одной из веских причин слияний / поглощений является сокращение налоговых платежей. Например, высокоприбыльная фирма, несущая высокую налоговую нагрузку, может приобрести компанию с большими налоговыми льготами, которые будут использованы для созданной корпорации в целом. У компании может иметься потенциальная возможность экономить на налоговых платежах в бюджет благодаря налоговым льготам, но уровень ее прибылей недостаточен, чтобы реально воспользоваться этим преимуществом.

6. Получение преимуществ на рынке капитала. Крупные компании добиваются более выгодных условий кредитования. Размер компании нередко сам по себе является гарантом стабильности и позволяет получать более высокий кредитный рейтинг, что, как правило, открывает доступ к более выгодным кредитам. Финансовые организации дорожат крупными клиентами, что позволяет новообразованной компании эффективнее использовать инструмент давления.

7. Устранение неэффективного управления. Распространение качественного менеджмента на поглощаемую компанию и привнесение более совершенных технологий управления способны стать важным фактором успехов объединенной структуры.

Всегда можно найти компании, в которых возможности снижения затрат и повышения объемов продаж и прибыли остаются не до конца использованными или которые страдают от недостатка таланта либо низкой мотивации руководителей, т. е. имеют неэффективный аппарат управления. Такие компании становятся естественными кандидатами на поглощение со стороны фирм, обладающих более эффективными системами управления. В некоторых случаях более эффективное управление может означать просто необходимость сокращения персонала или реорганизации деятельности компании.

Ко второй группе мотивов, нацеленных на увеличение / стабилизацию поступлений, можно отнести следующие:

1. *Формирование взаимодополняющих ресурсов.* Слияние может оказаться целесообразным, если две или несколько компаний располагают взаимодополняющими ресурсами. Эти компании после объединения будут стоять дороже по сравнению с суммой их стоимостей до слияния, так как каждая приобретает то, чего ей не хватало, причем получает эти ресурсы дешевле, чем они обошлись бы ей, если бы пришлось создавать их самостоятельно.

Слияния с целью получения взаимодополняющих ресурсов характерны как для крупных фирм, так и для малых предприятий. Зачастую объектом поглощения со стороны крупных компаний становятся малые предприятия, так как они способны обеспечивать недостающие компоненты для успешного функционирования первых. Малые предприятия создают подчас уникальные продукты, но испытывают недостаток в производственных, технических и сбытовых структурах для организации крупномасштабного производства и реализации этих продуктов. Крупные компании чаще всего сами в состоянии создать необходимые им компоненты, но, для того чтобы быстрее получить к ним доступ при меньших затратах, поглощают компанию, которая их уже производит.

2. *Приобретение крупных контрактов.* У новой компании появляется достаточно мощностей, чтобы конкурировать за крупные, в том числе государственные, контракты – возможность, которой не обладала ранее ни одна из объединившихся компаний. Получение таких контрактов обеспечивает оптимальную загрузку мощностей и позволяет реализовать экономию от масштаба. Крупнейшие компании обладают также достаточной экономической мощью, чтобы лоббировать свои интересы, тем самым становясь еще сильнее.

3. *Получение преимуществ на рынке капитала.* Размер компании, будучи гарантом стабильности, позволяет получать необходимые кредитные средства, от которых зависит дальнейшее развитие компании. Кроме того, у компании появляется больше возможностей для оптимального использования капитала внутри нее самой. Использование трансфертных цен, внутренняя диверсификация капитала, установление в рамках концерна регулируемой конкуренции за капитал – вот лишь некоторые из возможных сценариев оптимизации работы с капиталом внутри компании.

4. *Достижение монопольного положения.* При слиянии, прежде всего горизонтального типа, решающую роль нередко играет стремление достичь монопольного положения или усилить его. Крупная организация обладает большим рыночным влиянием (market power), что исключительно важно в современных условиях, когда господствуют различные модели несовершенной конкуренции вплоть до монополии (особенно на относительно замкнутых региональных рынках). Слияние в данном случае дает возможность компаниям обуздать ценовую конкуренцию. Однако антимонопольное законодательство ограничивает слияния с явными намерениями повысить цены. Иногда конкуренты могут быть приобретены и затем закрыты, потому что выгоднее выкупить их и устранить ценовую конкуренцию, чем опустить цены ниже средних переменных издержек, заставляя всех производителей нести существенные потери.

5. *Диверсификация производства, возможность использования избыточных ресурсов.* Усиление диверсификации (как в отношении предлагаемых товаров и услуг, так и географической) снижает общую рискованность операций и гарантирует средний объем поступлений. Это является стимулом для слияний компаний, специализирующихся в разных областях. Диверсификация помогает стабилизировать поток доходов, что выгодно и работникам данной компании, и поставщикам, и потребителям (через расширение ассортимента товаров и услуг).

6. *Обеспечение доступа к информации (ноу-хау).* Информация как ресурс играет все большую роль в деятельности компаний. Приобретая компанию, вместе с видимыми активами предприятие получает в свое распоряжение дополнительные знания о продуктах и рынке. Как правило, новая компания привносит с собой и наработанную сеть клиентов, которые связаны с ней личными отношениями. Внутрифирменные культуры могут как взаимообогащать друг друга, так и стать камнем преткновения в совместной деятельности. Поэтому так важны интеграционные мероприятия на всех стадиях слияния / поглощения. Неуверенность в будущем и риск быть уволенным приводят к потере прежде всего наиболее квалифицированных сотрудников и работников высшего звена, которые легко находят новые предложения на рынке труда. Нередко с ними уходят и крупные клиенты.

Получение доступа к новой, более дешевой информации (о рынке, продуктах, менеджменте), к ноу-хау в ходе слияния / поглощения избавляет компанию от необходимости тратить огромные средства на консалтинговые услуги сторонних фирм, тем самым позволяя ей экономить денежные средства.

К третьей группе мотивов, нейтральных по отношению к движению ресурсов, относятся:

1. *Использование разницы в рыночной цене компании и стоимости ее замещения.* Зачастую проще купить действующее предприятие, чем строить новое. Это целесообразно тогда, когда рыночная оценка имущественного комплекса целевой компании-мишени значительно меньше стоимости замены ее активов.

Разница в рыночной цене компании и стоимости ее замещения возникает из-за несовпадения рыночной и балансовой стоимости приобретаемой фирмы. Рыночная стоимость фирмы базируется на ее способности приносить доходы, чем и определяется экономическая ценность ее активов. Если говорить о справедливой оценке, то именно рыночная, а не балансовая стоимость будет отражать экономическую ценность активов фирмы. Практика же показывает, что рыночная стоимость очень часто отклоняется от балансовой (вследствие инфляции, морального и физического износа и т. п.).

2. *Использование разницы между ликвидационной и текущей рыночной стоимостью (продажа «вразброс»).* Иначе этот мотив можно сформулировать следующим образом: возможность дешево купить и дорого продать. Нередко ликвидационная стоимость компании выше ее текущей рыночной стоимости. В этом случае фирма даже при условии приобретения ее по цене несколько выше текущей рыночной стоимости в дальнейшем может быть продана по частям с получением продавцом значительного дохода (если активы фирмы могут быть использованы более эффективно при их продаже по частям другим компаниям, имеет место подобие синергетического эффекта).

Данный мотив особенно типичен для современной российской действительности. Большое количество финансовых структур, приобретая долю на предприятии, приводят его в короткие сроки к банкротству с целью продажи по частям. При этом банкротятся не только абсолютно неэффективные компании, но и исправно действующие. Секрет заключается в том, что исходя из сегодняшней экономической

ситуации в России финансовые структуры не заинтересованы в проведении долгосрочного инвестирования с риском неполучения ожидаемой отдачи в будущем, если есть возможность практически без риска добиться значительно большей рентабельности, распродавая производственные фонды.

Положительным моментом данной схемы можно назвать уничтожение технологически старых и физически изношенных фондов. Однако вопрос о том, начнется ли инвестирование в новые фонды после очистки от старых, остается открытым.

3. Личные мотивы менеджеров, стремление увеличить политический вес руководства компании. Большинство деловых решений относительно слияния / поглощения компаний основываются на экономической целесообразности. Однако в ряде случаев подобные решения базируются скорее на личных мотивах управляющих, чем на экономическом анализе. Это связано с тем, что руководители компаний любят власть и претендуют на высокую оплату труда, а границы власти и заработная плата находятся в определенной связи с размерами корпорации.

Еще один мотив осуществления поглощений связан со спецификой эгоистического поведения менеджеров. Время от времени захваты осуществляются с целью создать иллюзию процветания в глазах акционеров. Волна слияний и поглощений в американской банковской индустрии в 1980-е гг. частично объясняется стремлением управляющих продемонстрировать хорошие показатели (рост курсов акций, оборотов и капиталов).

Иногда имеет место спекулятивный мотив. В период биржевых бумов инвесторы часто рассматривают приобретение акций сливающихся компаний как средство получения прибыли от продолжающегося роста их цен.

4. Защита от поглощения. Помимо традиционных мотивов интеграции могут встречаться и специфические. Так, слияния для некоторых, в том числе российских, компаний представляют собой один из немногих способов противостояния экспансии на российский рынок более мощных западных конкурентов. В качестве последней попытки защититься от поглощения некоторые фирмы прибегают к объединению с «дружественной компанией», которую обычно называют «белым рыцарем». Нередко в качестве метода защиты производится покупка активов, которые не понравятся захватчику или которые создадут антимонопольные проблемы.

5. *Защита от банкротства.* Размеры корпорации сами по себе являются гарантией ее надежности (так называемый эффект «too big to fail» – слишком велик, чтобы обанкротиться). Поскольку государство в силу целого ряда социально-экономических причин вынуждено «опекать» наиболее крупные компании, они получают дополнительные преимущества в конкуренции с более мелкими.

Во многих случаях слияния и поглощения проводятся по взаимному согласию между высшим управленческим персоналом компаний. Однако нередко и практика враждебных слияний, при которых руководящий состав приобретаемой компании не согласен с готовящейся сделкой и осуществляет ряд противозахватных мер. Наиболее распространенной из них является прямое предложение акционерам компании о покупке контрольного пакета. Другой способ называют борьбой за доверенности, поскольку он предполагает получение менеджерами права голосования чужими акциями, т. е. голосования по доверенности. В этом случае пытаются найти поддержку среди определенной части акционеров компании на очередном ежегодном акционерном собрании.

При захвате более или менее успешной компании, особенно при сопротивлении менеджеров, значительную долю средств приходится выплачивать в качестве премии акционерам за утрату контроля. В большинстве случаев размер премии колеблется от 20 до 40 % «справедливой» рыночной цены компании.

В некоторых случаях для смягчения противоречий между компаниями менеджерам поглощаемых фирм предоставляют так называемые «золотые парашюты», т. е. значительные выходные пособия на случай потери ими работы в результате поглощения. Чаще всего эти пособия выплачиваются поглощающей компанией, но иногда и акционерами целевой фирмы, чтобы менеджеры не мешали сделке по ее поглощению.

В результате с учетом премий акционерам и сумм, затрачиваемых на наделение управленческой команды «золотыми парашютами», затраты на захват компании могут быть чрезмерными. Колоссальные средства, вкладываемые в проекты поглощений, зачастую приводят лишь к уничтожению собственности акционеров поглощающей компании.

В мировой практике известна целая система противозахватных мер, которые применяют менеджеры, чтобы противостоять нежелательным сделкам.

Распространенной защитой от поглощения является «отравленная пилюля». Этот термин обозначает целый ряд приемов. Один из них состоит в приобретении нежелательных активов. В частности, могут быть приобретены акции предприятия, которые есть и у предполагаемого скупщика. Это может создать для скупщика проблемы с антимонопольным законодательством.

Другое средство защиты от поглощения получило название «отпугиватель акул». Оно сводится к внесению в устав предприятия специальных условий, таких как большие выплаты сотрудникам в случае поглощения.

Распространенной стратегией является «политика выжженной земли», когда намеченное к присоединению предприятие ничего не оставляет удачливому скупщику, создает крупную задолженность или распродает ключевые активы.

Большинство слияний и поглощений направлены на достижение синергетического эффекта, в результате которого взаимодополнение различных ресурсов двух или нескольких предприятий приводит к совокупному результату, превышающему сумму результатов действующих разрозненно компаний. Целое при этом либо превосходит сумму частей, либо приобретает новое качество, не присущее ни одной из его составляющих.

Синергия присутствует не только при возникновении качественно нового свойства. Значительный скачок в значении характеристик целого по отношению к сумме значений характеристик частей также является ее проявлением.

Можно выделить следующие основные направления, по которым теоретически возможно достижение синергии при слияниях / поглощениях компаний:

1. Увеличение экономического веса компании и появление в связи с этим новых возможностей для получения более выгодных экономических предложений и условий, а также для воздействия на рынок и его участников.

2. Эффективное использование имеющихся ресурсов на основе:

- экономии от масштаба;
- централизации и ликвидации дублирования;
- рационального использования капитала, персонала и информации;

- внедрения эффективных методов управления;
- приобретения взаимодополняющих ресурсов;
- диверсификации.

Слияния и поглощения являются важным инструментом обеспечения конкурентоспособности транснациональных корпораций (ТНК). Значительная доля всех прямых иностранных инвестиций осуществляется посредством слияний и поглощений, преимущественно среди фирм в развитых странах. В среднем на долю заграничных филиалов приходится около 40 % объема продаж крупнейших ТНК. Таким образом, международные компании получают возможность наиболее оперативного и эффективного доступа на интересующие их рынки, добиваются большей устойчивости на рынке и обеспечивают рост рыночной капитализации за счет эффекта синергии.

В прошлом функции материнской и дочерних компаний были строго разграничены. Иностранные дочерние компании и филиалы (за исключением сырьевых отраслей), как правило, проводили так называемые стратегии самостоятельного развития, когда филиал практически дублировал всю стоимостную цепочку материнской компании.

Глобализация и обострение конкуренции привели к переходу большинства ТНК к комплексной интеграционной стратегии, в рамках которой фирмы превращают свои географически разбросанные филиалы и фрагментированные системы производства в сети производства и сбыта, интегрированные глобально или регионально.

Формируется единая корпоративная система с объединенной стратегией и под общим управлением, в рамках которой одно из подразделений может отвечать за НИОКР в глобальном масштабе, другое – за финансы, третье – за маркетинг. При этом благодаря Интернету и современным программным продуктам деятельность всех подразделений координируется в режиме реального времени.

Между подразделениями ТНК формируется все более интенсивный поток информации, технологий, финансов, а также товаров и услуг.

Поставки товаров включают все более дифференцированную продукцию и осуществляются не только между материнской компанией и филиалами, но и между филиалами. Постепенно для многих ТНК, находящихся на геоцентрической стадии развития, разница между материнской компанией и филиалами на основе внутрикорпорационного

разделения труда начинает стираться. В результате такие ТНК начинают больше напоминать сеть, чем иерархическую структуру. Более того, эти сети взаимодействуют с другими корпоративными сетями посредством множества связей – от субпоставок до лицензионных соглашений, консорциумов и стратегических альянсов; временами становится сложно определить четкие границы конкретной фирмы.

Вопросы и задания для самоконтроля

1. Что такое концентрация производства и каковы ее виды?
2. В чем заключается эффект масштаба производства?
3. Чем объясняется отрицательный эффект масштаба производства?
4. В чем заключаются экономические преимущества крупных предприятий?
5. Дайте характеристику факторов, влияющих на размер предприятия.
6. Что такое горизонтальная интеграция и каковы направления ее развития?
7. Какие факторы способствуют развитию вертикальной интеграции производства?
8. Дайте определение понятия и характеристику основных видов диверсификации производства.
9. Каковы мотивы слияний и поглощений предприятий?
10. Охарактеризуйте основные направления получения экономического эффекта при слияниях компаний.

Глава 4. КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ОТРАСЛИ В СИСТЕМЕ СОВРЕМЕННЫХ МИРОХОЗЯЙСТВЕННЫХ СВЯЗЕЙ

4.1. Понятие конкурентоспособности и ее свойства

В экономической литературе не существует единого определения конкурентоспособности, которое могло бы всесторонне отразить ее сущность как экономической категории. Не разработано универсальных методик, применимых к оценке конкурентоспособности различных экономических объектов и субъектов.

В современной экономике термин «конкурентоспособность» используется применительно к категориям разного уровня: конкурентоспособность товара, фирмы, отрасли, региона и, наконец, конкурентоспособность страны. Чтобы иметь наглядное представление о взаимосвязи и взаимообусловленности различных уровней конкурентоспособности, воспользуемся схемой, представляющей собой своеобразную «пираму конкурентоспособности»¹ (рис. 10).



Рис. 10. «Пирамида конкурентоспособности»

Между понятиями конкурентоспособности на различных уровнях существует тесная взаимосвязь и взаимозависимость. В частности, страновая и отраслевая конкурентоспособность в конечном итоге зависят от

¹ Филофова Т. Г., Быков В. А. Конкуренция и конкурентоспособность. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. С. 174–176.

способности конкретных товаропроизводителей выпускать конкурентоспособные товары. Но, с другой стороны, выпуск конкурентоспособной продукции может осуществляться в условиях, созданных для товаропроизводителей в отрасли и в стране в целом. Следовательно, конкурентоспособность объектов каждого нижестоящего уровня является фактором конкурентоспособности объектов всех вышестоящих уровней. В свою очередь объекты вышестоящих уровней создают условия, обеспечивающие конкурентоспособность объектов нижних уровней.

Вместе с тем между понятиями конкурентоспособности различных уровней существуют принципиальные различия. Например, понятия «конкурентоспособность страны» и «конкурентоспособность предприятия» различаются, во-первых, неодинаковыми целевыми функциями этих объектов. Во-вторых, сами целевые установки развития стран в зависимости от исторически сложившихся традиций живущих в них людей могут существенно различаться. Во многих странах мира сформировались и развились (при всей их сложности) уникальные хозяйственные уклады со своей структурой и моделями развития. В-третьих, страны мира значительно различаются по масштабам, роли в мировой истории, экономическим и геополитическим потенциалам. Этим объясняется несходство национально-государственных интересов, экономических стратегий и внешнеэкономических сегментов этих стратегий.

Конкурентоспособность является универсальным показателем, который может применяться во многих сферах жизнедеятельности. Однако по своей сути это экономическое понятие, и наиболее правильно его применять именно к экономическим объектам.

Все многообразие конкурентных отношений, возникающих в сфере экономики, проявляется на следующих трех уровнях:

- *микроуровень* (конкретные виды продукции, производства, предприятия) – характеристики, отражающие собственно качество и цены продукции;
- *мезоуровень* (отрасли, объединения предприятий и фирм) – характеристики, обеспечивающие устойчивое улучшение показателей эффективности использования имеющихся производственных ресурсов отраслей;
- *макроуровень* (хозяйственные комплексы, страны, объединения стран) – характеристики, отражающие общее состояние хозяйственных систем, их сбалансированность, инвестиционный климат.

На макроэкономическом уровне определяются основные условия конкурентоспособности функционирования всей хозяйственной системы. Мезоуровень конкурентоспособности формирует перспективы развития отрасли или корпорации, охватывающей группу предприятий. На микроуровне конкурентоспособность обретает свою окончательную, завершённую форму в виде конкурентоспособности предприятия, товара, проявляясь, например, в соотношении цены и качества. Это соотношение зависит от условий, сформировавшихся на предшествующих двух уровнях, и от персонала предприятия, его способности использовать как свои ресурсы, так и сравнительные национальные общехозяйственные и отраслевые преимущества¹.

В последние годы появилось также понятие *кластерной конкурентоспособности*. Под *кластером* понимают группу соседствующих, взаимосвязанных предприятий и связанных с ними организаций, согласованно действующих в интересах создания конечной конкурентоспособной продукции. Поэтому многоуровневую структуру экономической категории «конкурентоспособность» с учетом современных тенденций возможно дополнить конкурентоспособностью кластера².

Учитывая многоуровневость конкурентоспособности, можно выявить уровни иерархии понятий конкурентоспособности субъектов рынка (табл. 8).

Конкурентоспособность страны на мировом уровне определяется исходя из конкурентоспособности ее отдельных предприятий, отраслей и регионов. Для того чтобы страна была конкурентоспособной, необходимо взаимодействие всех уровней указанной системы. Уровень конкурентоспособности страны зависит от ее особенностей, позволяющих соперничать в экономическом соревновании с другими странами.

Проблему конкурентоспособности экономики страны М. Портер изучал с точки зрения исследования групп взаимосвязанных отраслей, названных им кластерами³.

¹ Гельвановский М., Журковская В., Трофимова И. Конкурентоспособность в микро-, мезо- и макроуровневом измерении // Рос. экон. журн. 1998. № 3. С. 34.

² Комков Н. И., Лазарев А. В. Подходы к оценке экономической категории «конкурентоспособность» // Пробл. прогнозирования. 2007. № 4. С. 5–20.

³ Портер М. Международная конкуренция: конкурентные преимущества стран. М.: Междунар. отношения, 1993. С. 64.

Иерархия понятий конкурентоспособности субъектов рынка

Уровень иерархии	Понятие конкурентоспособности
Конкурентоспособность страны	Способность страны производить товары и услуги, отвечающие требованиям мировых рынков, и создавать условия для наращивания государственных ресурсов со скоростью, позволяющей обеспечивать устойчивые темпы роста ВВП и качество жизни населения на уровне мировых значений
Конкурентоспособность региона	Способность региона производить товары и услуги, отвечающие требованиям внутренних и мировых рынков, создавать условия для наращивания региональных ресурсов с целью обеспечения роста потенциальной конкурентоспособности субъектов хозяйствования со скоростью, обеспечивающей устойчивые темпы роста ВВП и качество жизни населения региона на уровне мировых значений
Конкурентоспособность отрасли	Способность отрасли производить товары и услуги, отвечающие требованиям мировых и внутренних рынков, и создавать условия для роста потенциала конкурентоспособности предприятий отрасли на основе базовых макротехнологий
Конкурентоспособность предприятия	Относительная характеристика, которая отражает отличия развития данной организации от развития организаций-конкурентов по степени удовлетворения своими товарами потребностей людей и по эффективности производственной деятельности
Конкурентоспособность продукции	Совокупность качественных и стоимостных характеристик товара, которая обеспечивает удовлетворение конкретной потребности покупателя и выгодно для покупателя отличает его от аналогичных товаров-конкурентов

Суть широко известного методического подхода М. Портера, так называемого «конкурентного ромба», заключается в выделении им основополагающих четырех систем факторов, определяющих кон-

курентоспособность экономики, и в исследовании взаимного влияния этих систем на конкурентоспособность (рис. 11).

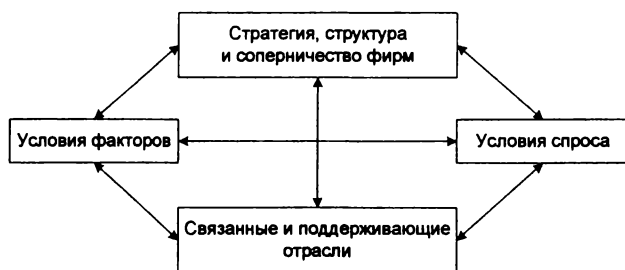


Рис. 11. «Ромб» конкурентных факторов М. Портера

Четыре системы факторов (каждая в отдельности и все в совокупности) создают среду, в которой рождаются и действуют фирмы каждой страны. «Национальный ромб» – это система, составляющие которой взаимно усиливаются.

Первая система факторов – это национальные условия, а точнее, факторы производства, необходимые для деятельности фирм в любой отрасли, которые разбиваются на следующие группы: людские ресурсы (количество, квалификация и стоимость рабочей силы, включая менеджмент); физические ресурсы (количество, качество, доступность и стоимость земли, воды, полезных ископаемых, лесных ресурсов, источников энергии и других природных условий); ресурс знаний (сумма научной, технической и рыночной информации, влияющей на товары и услуги); денежные ресурсы (количество и стоимость капитала, который может быть пущен на финансирование промышленности), а также инфраструктура (ее тип, качество и плата за использование, влияющие на характер конкуренции).

Вторая система факторов – это условия спроса, т. е. определение того, каков на внутреннем рынке спрос на продукцию или услуги, предлагаемые данной отраслью. Самое важное проявление влияния спроса на конкурентное преимущество – соотношение и характер потребностей отечественных покупателей. Кроме того, воздействуя на эффект масштаба, спрос на внутреннем рынке определяет характер и скорость внедрения предприятиями инноваций. В результате страны добиваются конкурентного преимущества в тех отраслях и сегментах, где спрос на внутреннем рынке дает представление о потребнос-

тях покупателей местным предприятиям раньше и точнее, чем зарубежным конкурентам.

Третья система факторов – это наличие или отсутствие, а также уровень развития в стране конкурентоспособных на мировом рынке родственных и поддерживающих отраслей. Наличие в стране конкурентоспособных отраслей-поставщиков создает целый ряд преимуществ для потребляющих отраслей, в частности обеспечивает эффективный и быстрый доступ к самым дорогостоящим ресурсам, позволяет осуществлять координацию поставщиков на внутреннем рынке, активизирует процессы нововведений, способствует росту уровня производительности труда.

Четвертая система факторов – это стратегия национальных предприятий, их структура и конкуренты, а также условия в стране, определяющие характер конкуренции на внутреннем рынке.

В тех отраслях или сегментах, где национальный «конкурентный ромб» имеет наиболее благоприятный характер, страны имеют наибольшие шансы на успех. Анализ условий развития «конкурентного ромба» в различных странах и возможности некоторых стран успешно развиваться лишь за счет нескольких его компонентов привел М. Портера к выделению четырех стадий развития конкуренции, «...соответствующих четырем основным движущим силам, или стимулам, определяющим ее развитие в отдельные периоды времени, – это факторы производства, инвестиции, нововведения и богатство»¹.

На первых трех стадиях происходит усиление и усложнение конкурентных преимуществ национальной экономики, на четвертой стадии – постепенное замедление роста и спад, который может быть достаточно продолжительным, пока какое-нибудь новое потрясение не вытолкнет из него экономику.

Каждая стадия характеризуется различным уровнем развития и состоянием отдельных факторов и разными значениями показателей конкурентоспособности.

На *первой стадии* развития конкуренции – на основе факторов производства – последние являются решающей силой, благодаря которой все национальные отрасли достигают своих преимуществ на мировом рынке (например, благодаря дешевой рабочей силе, бога-

¹ Портер М. Международная конкуренция: конкурентные преимущества стран. С. 124.

тым природным ресурсам, благоприятному для сельского хозяйства климату и др.).

На *второй стадии* развития конкуренции – на основе инвестиций – решающим моментом являются возможность и желание инвестировать в развитие экономики.

Третья стадия развития конкуренции – на основе инноваций – отличается тем, что национальные предприятия не только применяют и улучшают технику и технологию, но и создают новые. Ценовая конкуренция основывается на высокой производительности, достигаемой за счет повышения квалификации персонала и передовой технологии.

Четвертая стадия развития конкуренции – на основе богатства – является завершающей, и здесь, по мнению М. Портера, происходит постепенная утрата национальной экономикой конкурентных преимуществ.

В настоящее время существует иная точка зрения на характер четвертой стадии развития конкуренции. На данной стадии возникают новые источники благосостояния страны по сравнению со стадией движения инновациями (постиндустриальной стадией). Появляются и новые национальные конкурентные преимущества. В частности, благосостояние США все более создается усилиями и ресурсами других стран. При этом ключевые национальные конкурентные преимущества данной страны сосредоточиваются в управлении мировыми ресурсами в национальных интересах. В новой мировой экономике, или геоэкономике, формируется система всемирных обязанностей (CBO) (System of International Responsibilities). Понятие CBO идет на смену понятию общественного разделения труда, в том числе международного. Зачастую CBO выступает в форме принуждения к разделению труда. Международное разделение труда становится управляемым, во всяком случае косвенно, а субъектами управления выступают наднациональные организации, к числу которых можно причислить финансовые и монетарные власти страны – эмитента резервной валюты.

В результате национальная конкурентоспособность на стадии движения богатством не только не исчезает, но, наоборот, принимает еще более изощренную и утонченную форму. Одним из основных конкурентных преимуществ страны на этой стадии является статус национальной валюты как резервной.

Внешние займы страны, обретшей глобальные конкурентные преимущества, постоянно рефинансируются благодаря статусу доллара как резервной валюты и влиянию США на международные экономические и финансовые организации, а также первенству в нормировании положений СВО.

Отсюда следует вывод: движение богатством – это не утрата, а просто очередная эволюция национальной конкурентоспособности, базирующаяся на деятельности специфических отраслей национальной экономики. К числу таких отраслей, в частности, относятся розничная и оптовая торговля, торговля ценными бумагами, производство полупроводников и компьютеров, телекоммуникации. Можно расширить число подобных отраслей за счет финансового сектора (в частности, банковского), а также государственного управления как мощного инструмента перераспределения богатства, в том числе в мировых масштабах¹.

На Международном форуме по развитию менеджмента конкурентоспособность была определена как область экономического знания, которая анализирует факты и политику, формирующие способность нации создавать и поддерживать такую среду, которая выдерживает создание все возрастающей стоимости на своих предприятиях и все большее процветание своего народа².

Наряду с многоуровневым характером конкурентоспособность обладает целым рядом других особенностей.

Состояние экономики возможно рассматривать с точки зрения внешней и внутренней конкурентоспособности. При рассмотрении внешней конкурентоспособности экономики речь идет о доле отраслей в экспорте (применительно к товарам и услугам – о способности продавать товары и услуги на мировых рынках), о наличии в структуре экспорта достаточного количества товаров и услуг, обеспечивающих устойчивость платежного баланса страны.

К числу свойств конкурентоспособности относится необходимость ее количественной оценки, без чего поддержание уровня конкурентоспособности, его повышение носят субъективный характер.

¹ Кузьмин Д. В. Национальная конкурентоспособность: актуальный международный аспект // Финансы и кредит. 2011. № 8. С. 70–74.

² Швандар К. В. Международная конкурентоспособность: трансформация понятия, критерии оценки, практические результаты // Вестн. Моск. ун-та. 2008. № 2. С. 58–74.

В связи с этим конкурентоспособности присуще свойство многовариантности (многоаспектности). Данная категория относится к числу оценочных, что предполагает наличие субъекта оценки (кто оценивает), объекта оценки (что оценивается), цели (критерия) оценки конкурентоспособности. Субъектом оценки конкурентоспособности могут быть органы государственной власти, организации, инвесторы, покупатели и т. п. Объектом оценки являются объекты конкурентоспособности и субъекты конкурентоспособности. Целями (критериями) оценки могут быть положение на рынке, темпы развития, способность возврата заемных средств и т. п. К числу объектов конкурентоспособности традиционно относят продукцию (работы, услуги). В более широком понимании к объектам конкурентоспособности относятся продукция, нормативные акты, научно-методические документы, проектно-конструкторская документация, технология, производство, персонал, ценные бумаги, инфраструктура, информация¹.

Конкурентоспособность носит относительный характер и выявляется в результате сопоставления анализируемого объекта (субъекта) с конкурирующими с ним объектами (субъектами). Сопоставление должно удовлетворять требованиям полноты и конкретности. Исключение составляют редкие случаи «абсолютного» характера конкурентоспособности (например, товар, обладающий уникальными свойствами, не имеющий товаров-заменителей; предприятие-монополист).

Конкурентоспособность обладает таким важным свойством, как конкретность проявления, т. е. она привязана к конкретным условиям, и прежде всего к конкретному рынку и определенному периоду времени.

Конкурентоспособности присущ динамический характер, она изменяется с течением времени, и зависит это, например, от жизненного цикла субъекта (объекта) конкурентоспособности, изменений во внешней и внутренней среде, а также от других обстоятельств.

К числу важнейших особенностей конкурентоспособности следует отнести возможность оказывать на нее влияние, т. е. управлять ею как одним из важнейших параметров стратегического развития.

Кроме того, конкурентоспособности присуще свойство противоречивости, что обуславливает необходимость сочетания интересов потребителя и товаропроизводителя.

¹ *Фатхутдинов Р. А.* Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. М.: ИНФРА-М, 2000. 312 с.

4.2. Параметрические характеристики конкурентного преимущества

Конкурентоспособность субъекта (объекта) предопределяется наличием у него *конкурентных преимуществ* – внутренних характеристик (в том числе динамических способностей) или факторов внешней среды, обеспечивающих его превосходство над конкурентами на конкретном рынке в рассматриваемый период времени.

В настоящее время в экономической литературе выделяются несколько наиболее важных параметрических характеристик конкурентных преимуществ. В частности, все конкурентные преимущества делятся на две группы: преимущества низкого порядка и преимущества высокого порядка.

Преимущества низкого порядка связаны с возможностью использования дешевых источников: рабочей силы, материалов (сырья), энергии. Низкий порядок этих конкурентных преимуществ связан с тем, что они очень неустойчивы и легко могут быть потеряны либо вследствие роста цен и заработной платы, либо из-за того, что эти дешевые производственные ресурсы точно так же могут использовать конкуренты. Иными словами, преимущества низкого порядка – это преимущества с малой устойчивостью, неспособные обеспечить преимущество над конкурентами надолго.

Преимущества высокого порядка являются уникальная продукция, уникальная технология, оптимальная маркетинговая структура, организация производства, хорошая репутация фирмы. Если конкурентное преимущество достигнуто за счет выпуска на рынок уникальной продукции, основанной на собственных конструкторских разработках, то для уничтожения такого преимущества конкурентам придется либо разрабатывать аналогичную продукцию, либо придумывать что-то лучшее¹.

По природе возникновения выделяют два типа преимуществ: абсолютные и относительные. *Абсолютные преимущества* (условно-постоянные) даны от природы, например географическое расположение, и относятся к преимуществам более низкого порядка, чем *относительные преимущества*, которые заключаются в обладании высокими технологиями, инновациями и т. д. и зависят от эффективности

¹ Савельев Н. А. Управление конкурентоспособностью фирмы: учеб. Ростов н/Д: Феникс, 2009. С. 29.

принятия управленческих решений. Относительные преимущества (условно-переменные) по своей сути безграничны в отличие от абсолютных, которые не воспроизводимы и не бесконечны.

Конкурентные преимущества могут быть реальными и потенциальными. Под *реальными конкурентными преимуществами* следует понимать факторы внутренней и внешней среды субъекта, по которым он уже превосходит конкурентов; под *потенциальными конкурентными преимуществами* – факторы внутренней и внешней среды субъекта, по которым он может превзойти конкурентов в ближайшей или более отдаленной перспективе при выполнении определенных условий.

Можно выделить следующие основные *виды конкурентных преимуществ*:

- **ресурсные** (нетехнологические), в основе которых лежат факторы производства и степень эффективности их использования;
- **технико-технологические**, базирующиеся на достижениях научно-технического прогресса;
- **организационные**, заключающиеся в способности менеджмента мобилизовать факторы развития хозяйствующего субъекта и обеспечить его эффективное управление.

Конкурентные преимущества возможно разделить в зависимости от природы обеспечивающих их факторов: качества товаров и издержек их производства.

Источником *конкурентного преимущества, основанного на качестве*, являются уникальные потребительские характеристики товара, повышающие его ценность для покупателя. Это конкурентное преимущество имеет внешний характер, так как позволяет устанавливать на товар более высокую цену, чем у конкурентов.

Конкурентное преимущество, основанное на издержках (внутреннее), является результатом повышенной производительности труда и высокой эффективности деятельности предприятия.

Конкурентные преимущества классифицируют также по другим признакам:

- по сроку действия: долгосрочные, среднесрочные, краткосрочные;
- характеру динамики: устойчивые, нестабильные;
- уровню иерархии: на уровне товара, фирмы; на уровне отрасли; на уровне экономики страны;
- отношению к цене: ценовые, неценовые;

- возможности имитации: уникальные, имитируемые;
- сфере проявления: в сферах НИОКР, производства, реализации, сервиса и эксплуатации.

В условиях инновационного развития и глобализации экономики изменяется характер и структура конкурентных преимуществ:

- преимущества перестали быть статическими, они изменяются под воздействием инновационного процесса (изменяются технологии производства, методы управления, способы доставки и сбыта продукции и т. д.);
- глобализация бизнеса вынуждает предприятия полнее учитывать национальные и международные интересы;
- государство, территория рассматриваются как основа стратегии предприятия, а не только как место, где оно осуществляет свою деятельность.

Конкурентные преимущества могут иметь разнообразные формы в зависимости от специфики отрасли, товара и рынка.

В основе конкурентоспособности предприятия лежит не только конкурентное преимущество, которым оно обладает, но и его способность создавать и обеспечивать устойчивость этого конкурентного преимущества в долгосрочной перспективе.

В качестве такой способности на первый план выдвигается умение комбинировать все факторы, позволяющие предприятию вести эффективную хозяйственную деятельность (организационно-управленческие, экономические, производственные, маркетинговые и иные). Эти факторы объединяются в единую категорию «конкурентные преимущества предприятия», а конкретный вариант (способ) их комбинирования действительно может стать постоянным конкурентным преимуществом предприятия¹. При этом конкурентные преимущества предприятия рассматриваются М. Портером не вообще, а в контексте отрасли, определяемой как рынок, где покупателям предлагаются похожие или тесно связанные друг с другом продукты².

В соответствии с концепцией ключевых компетенций, предложенной К. Прохаладом и Г. Хэмелом, возможно определить характер устойчивости конкурентных преимуществ.

¹ Портер М. Конкурентное преимущество: пер. с англ. М.: Альбина Бизнес Букс, 2005. 715 с.

² Кружкова Т. И., Стожко К. П. Конкуренция и ответственность: История. Теория. Практика: монография / под ред. К. П. Стожко. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2010. 592 с.

Ключевая компетенция – это особый навык или технология, создающие уникальную ценность для потребителя. Специальные навыки в значительной степени выражены в коллективном знании сотрудников предприятия и процедурах, определяющих характер их взаимодействия. Ключевые компетенции характеризуются следующими свойствами:

- вносят непропорционально большой вклад в окончательную потребительскую ценность или эффективность этой ценности;
- обеспечивают основу для проникновения на новые рынки.

В связи с этим ключевые компетенции можно рассматривать как первопричину конкурентного преимущества предприятия.

Использование в практике менеджмента положений теории ключевых компетенций позволяет создать устойчивые источники конкурентного преимущества. Ключевую компетенцию можно считать устойчивой, если она:

- представляет значительную и осязаемую ценность для потребителей по сравнению с предложениями конкурентов;
- трудна для воспроизведения конкурентами или третьими сторонами, что создает конкурентные барьеры для входа на рынок;
- открывает предприятию доступ на разнообразные внешние не связанные друг с другом рынки за счет объединения основных навыков и технологий.

Идентификация и развитие ключевых компетенций предполагают вычленение основных возможностей организации с последующим определением наиболее сильных сторон¹.

Поиск устойчивого конкурентного преимущества лежит в основе разработки стратегии и является одним из важнейших направлений стратегического маркетинга.

4.3. Методические подходы к оценке конкурентоспособности отрасли

Конкурентоспособность отрасли – это способность хозяйствующих субъектов, действующих в ее рамках, участвовать в соревновании с реальными и потенциальными конкурентами за потребителя на отраслевом рыночном сегменте в конкретный период времени благодаря определенному сочетанию свойств производимых товаров, ус-

¹ Ламбен Ж.-Ж., Чумиатас Р., Шулинг И. Менеджмент, ориентированный на рынок: пер. с англ. / под ред. В. Б. Колчанова. 2-е изд. СПб.: Питер, 2008. С. 283.

ловий воспроизводства основных факторов производства и использованию других управляемых факторов.

Конкурентоспособность отрасли следует определять как относительную характеристику, отражающую основные отличия данной отрасли от других как по степени удовлетворения ее товарами или услугами конкретной общественной потребности, так и по эффективности производственной деятельности.

Понятие конкурентоспособности отрасли включает характеристику возможности и динамики приспособления отрасли к изменяющимся условиям конкуренции на внутреннем и внешнем рынках. Необходимость оценки адаптации к внешней среде обусловлена временным фактором (все экономические процессы ограничены временем). Временной интервал анализа должен быть не менее срока становления продукции в отрасли, т. е. выпуска на рынок новых товаров.

Кроме того, система факторов, влияющих на конкурентоспособность отрасли, может быть проконтролирована со стороны производителя. Речь идет о внутренних и внешних факторах. К первым относятся факторы конкурентных преимуществ отрасли, ко вторым – внешние параметры социально-экономической среды, находящиеся вне сферы непосредственного влияния отрасли.

Среди конкурентных преимуществ отрасли можно выделить две группы:

- 1) конкурентные преимущества, формируемые на уровне предприятий отрасли;
- 2) конкурентные преимущества, формируемые на отраслевом уровне экономики (отраслевые конкурентные преимущества).

Отраслевые конкурентные преимущества – это преимущества, которыми могут воспользоваться все предприятия отрасли, т. е. преимущества, обусловленные спецификой, структурой отрасли, факторными условиями, параметрами спроса на отраслевой продукт, развитостью специализированной инфраструктуры и т. п.¹

Особенностью отраслевых конкурентных преимуществ является то, что они, как правило, не могут быть созданы на уровне отдельных предприятий, но могут использоваться всеми предприятиями для укрепления своего конкурентного положения и повышения потенциала прибыльности.

¹ Савельева Н. А. Роль конкурентных преимуществ в формировании конкурентоспособности отрасли // Экономика и пр.-во. 2004. № 4. С. 124–138.

Отраслевые конкурентные преимущества открывают перед предприятиями определенные возможности, но не все из них могут с одинаковым успехом использовать предоставленные преимущества, в том числе в области комбинации ресурсов, в силу особенностей организации своей внутренней среды.

В формировании отраслевых конкурентных преимуществ заинтересованы все предприятия отрасли, поскольку они способствуют росту прибыльности, благодаря чему повышается конкурентоспособность отрасли. Укрепление основных конкурентных преимуществ не снижает конкуренцию на отраслевом рынке, а переводит ее на более высокий качественный уровень, способствует освоению более совершенных источников конкурентных преимуществ.

На сегодняшний день существуют различные подходы к оценке конкурентоспособности отрасли. Рассмотрим некоторые из них.

*Модель анализа «пяти сил» конкурентной среды М. Портера*¹. Модель М. Портера основывается на следующих положениях структурного анализа конкурентной среды отрасли:

1. Конкуренция выходит за пределы конкурирующих предприятий.
2. При проведении структурного анализа необходимо определить интенсивность конкуренции и в связи с этим исследовать потенциальные уровни воздействия на предприятие ключевых сил (рис. 12):
 - угрозы проникновения на рынок потенциальных конкурентов;
 - власти покупателей;
 - власти поставщиков;
 - угрозы со стороны заменителей товара или услуги;
 - уровня конкурентной борьбы между традиционными конкурентами.

3. Методика структурного анализа позволяет предприятию разрабатывать эффективную стратегию, которая, в свою очередь, дает возможность занять прочную позицию при столкновении с различными конкурентными силами.

Угроза проникновения на рынок потенциальных конкурентов. Ее вероятность определяется высотой существующих барьеров и уровнем усилий, необходимых для их преодоления. Наиболее серьезными барьерами являются эффект масштаба, величина необходимого для про-

¹ Портер М. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов / пер. с англ. И. Минервина. 2-е изд. М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. 454 с.

проникновения на рынок капитала, возможность доступа к каналам распространения, эффект роста производительности, диверсификация.



Рис. 12. Модель «пяти сил» конкурентной среды М. Портера

Э ф ф е к т м а с ш т а б а. Он достигается тогда, когда общие постоянные производственные затраты распределяются на большее количество продукции. При этом многие расходы на единицу продукции, например расходы на содержание складов, служб (бухгалтерии, охраны, экспедиции и пр.), приобретение материалов и погрузочно-разгрузочные работы, по мере увеличения объемов производства снижаются. Эффект масштаба различен и зависит от отрасли промышленности, в которой работает организация.

П о т р е б н о с т и в к а п и т а л е д л я п р о н и к н о в е н и я н а р ы н о к. Они связаны с эффектом масштаба и относятся к тем затратам, которые организация должна понести, чтобы внедриться в отрасль и успешно действовать в ней.

Д о с т у п к к а н а л а м р а с п р о с т р а н е н и я. В данном случае речь идет о возможности доступа к эффективным и выгодным каналам распространения продукции или услуг.

Э ф ф е к т р о с т а п р о и з в о д и т е л ь н о с т и. Производительность возрастает по мере того, как рабочие, менеджеры и служащие осознают поставленные задания, становятся опытнее. При этом улучшается соотношение «затраты – эффективность».

Д и в е р с и ф и к а ц и я означает поставку на рынок продуктов или услуг, которые в глазах потребителя явно отличаются от конкурирующих. Организации, имеющие возможность провести диверсификацию, могут возвести непреодолимые барьеры для проникновения на рынок новых конкурентов.

В целом препятствия для проникновения конкурентов в различных отраслях промышленности отличаются. При этом даже в пределах конкретной отрасли одни барьеры более значительны, чем другие. Поэтому вне зависимости от сферы производства разработчик стратегии должен определить, какие препятствия реально существуют и в какой степени они усложняют проникновение на рынок при данных конкретных условиях среды.

Власть покупателей и власть поставщиков. Покупатели и поставщики конкурируют в отрасли из-за влияния на величину прибыли. Чем значительнее власть первых, тем более вероятно, что прибыль будет меньше. Власть покупателей над поставщиками в отрасли зависит от целого ряда характеристик положения на данном рынке. Власть покупателей, вероятнее всего, будет велика при следующих условиях:

- покупатели сконцентрированы;
- существуют альтернативные источники снабжения;
- стоимость сырья составляет значительную часть общей стоимости продукции.

В этом случае покупатели будут более придирчивы к цене и окажут экономическое давление на поставщиков.

Условия, при которых будет велика власть поставщиков:

- поставщики сконцентрированы;
- стоимость замены одного поставщика другим велика;
- покупатели поставщика не имеют для него большого значения.

Если выполняется хотя бы одно из этих условий, весьма вероятно, что поставщик не будет придавать особого значения стабильным и долгосрочным отношениям со своими покупателями.

Угроза со стороны заменителей товара или услуги. В общем смысле все предприятия данной отрасли конкурируют с предприятиями отраслей, производящих товары-заменители. Товары-заменители

ограничивают потенциальную прибыльность отрасли производства, определяя потолок тех цен, которые предприятия отрасли могли бы с выгодой для себя установить. Анализ товаров-заменителей включает выявление продукции, которая выполняет те же функции, что и продукция, выпускаемая данной отраслью. Замена может происходить по различным направлениям:

- прямая замена: один товар прямо заменяет другой;
- косвенная замена: один товар опосредованно заменяется другим, способным выполнять сходные функции (так, например, искусственные ткани заменяют натуральные).

Возможность замены порождает важнейшие с точки зрения стратегического планирования вопросы:

- Какова степень угрозы того, что заменители (прямые или косвенные) повлияют на деятельность предприятия?
- Что должно делать предприятие, чтобы избежать подобной угрозы?

Ответы на эти вопросы всегда носят конкретный, ситуационный характер и могут быть получены в результате специально спланированных и проведенных исследований.

Уровень конкурентной борьбы между традиционными конкурентами. Степень напряженности борьбы между существующими конкурентами также важна и заслуживает рассмотрения в структурном анализе. В конце концов интенсивность борьбы является важнейшей структурной особенностью, определяющей природу конкуренции в данной отрасли. Борьба обычно возникает в связи с тем, что конкуренты ощущают давление или же видят возможность улучшения своего положения в отрасли. М. Портер выделяет следующие взаимодействующие структурные факторы, которые ведут к росту интенсивности конкуренции:

1. Сосуществование сбалансированных конкурентов. Такая ситуация складывается, когда конкуренты имеют сходные характеристики. В этом случае можно прогнозировать опасность жесткой конкуренции.

2. Сосуществование конкурентов на рынке медленного роста. На медленно растущих рынках конкуренты стремятся утвердиться в качестве лидеров.

3. Высокие постоянные затраты. Как указывает М. Портер, высокие постоянные затраты оказывают сильное давление на все предприятия при задействовании существующих производственных мощ-

ностей. Это вызывает быстрое снижение цен при наличии свободных мощностей. Такая ситуация может привести к войне цен и низкой прибыльности операций.

4. Необходимость индивидуализации продукции, которая ведет к преимуществу в конкуренции и защищает организацию от соперников в связи с тем, что покупатели отдают предпочтение конкретным производителям. Ясно, что при отсутствии диверсификации продукта трудно предотвратить метание покупателей между конкурентами.

5. Существование серьезных препятствий для выхода с рынка. Это экономические, стратегические, физические и эмоциональные факторы, которые удерживают предприятие в деле, если даже оно, возможно, получает малую или отрицательную отдачу от вложений. Могут существовать следующие препятствия для выхода с рынка:

- специализированные активы: высокоспециализированные активы, такие, например, как оборудование для добычи природных ресурсов, разработанное для конкретных геологических условий, имеют низкую ликвидную стоимость;

- стратегическая взаимосвязь: связь между различными аспектами деятельности организации в свете имиджа компании, изменения ее общей стоимости и т. д.;

- эмоциональные препятствия: нежелание руководства принимать правильные с экономической точки зрения решения из-за его солидарности с бизнесом, лояльности к служащим, гордости и т. п.;

- правительственные ограничения: нежелание правительства разрешить выход с рынка в связи с опасениями отрицательных последствий (например, с точки зрения уменьшения занятости), которое он может оказать на конкретный регион или общество в целом.

Следует отметить, что модель «пяти сил» имеет возможности для дальнейшего развития. В частности, это относится к выделению двух типов отношений между различными товарами: субститутами (товарами-заменителями) и дополняющими товарами (комплементарными). Если наличие товаров-заменителей уменьшает стоимость товара, то наличие комплементарных товаров способствует возрастанию его стоимости.

Поставщики комплементарных товаров (комплементоры) играют важную роль в конкурентной среде большинства предприятий. Простейший способ учесть роль дополнительных товаров состоит в том, чтобы добавить шестую силу в модель «пяти сил» и проанализировать

воздействие этих товаров на рынок. Если товары непосредственно дополняют друг друга, то порознь они имеют для потребителей весьма небольшую ценность. Там, где два продукта дополняют друг друга, прибыль накапливается у поставщика, который выстраивает более сильную рыночную позицию и сокращает ценность, внесенную другими. Ключом к этому усилению является достижение монополизации, специализации и дефицита поставки одного из комплектующих продуктов на фоне нарастающей конкуренции и потребления, а также избыточные мощности для производства дополнительного продукта¹.

*Методические подходы к анализу отрасли А. Томпсона*². Анализ общей ситуации и конкуренции в отрасли предполагает изучение ее основных экономических характеристик. К основным экономическим характеристикам отрасли относятся следующие:

- размер рынка;
- масштаб конкуренции;
- темпы роста рынка и этап его жизненного цикла;
- количество конкурентов и их относительные размеры (множество мелких компаний или несколько крупных);
- количество покупателей и их относительные размеры;
- степень интеграции основных конкурентов и ее направление по технологической цепочке;
- каналы распространения продукции;
- скорость технологических изменений в производстве и темпы разработки инновационных товаров;
- степень дифференциации товаров (услуг) компаний-конкурентов;
- возможность экономии от масштаба в закупках, производстве, транспортировке, маркетинге и рекламе;
- компактность размещения основных компаний в определенных регионах;
- наличие эффекта обучаемости, когда издержки на единицу продукции снижаются по мере роста кумулятивного объема выпуска изделий в результате накопления производственного опыта;

¹ Грант Р.М. Современный стратегический анализ: пер. с англ. / под ред. В.Н. Фунтова. 5-е изд. СПб.: Питер, 2008. С. 243.

² Томпсон А.А., Стрикленд А. Дж. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа: пер. с англ. М.: Вильямс, 2006. 928 с.

- степень загрузки производственных мощностей как главное условие снижения издержек производства;
- требуемый размер капиталовложений;
- условия входа в отрасль и выхода из нее;
- отраслевой показатель прибыльности.

Стратегическое значение основных характеристик отрасли приведено в табл. 9.

Таблица 9

Стратегическое значение экономических характеристик отрасли

Экономическая характеристика	Стратегическое значение
1	2
Размер рынка	Маленькие рынки редко привлекают большие компании; большие рынки привлекательны для компаний, намеревающихся приобрести устойчиво работающие фирмы с хорошими конкурентными позициями и в привлекательной отрасли
Темпы роста рынка	Быстро растущие рынки привлекают новых конкурентов, замедление темпов роста рынка усиливает конкуренцию и приводит к вытеснению слабых компаний
Излишек или недостаток производственных мощностей	Излишек производственных мощностей приводит к падению цен и доходов компании, недостаток мощностей – к росту обоих показателей
Прибыльность отрасли	Высокорентабельные отрасли привлекают на рынок новые компании, низкорентабельные стимулируют уход компаний в другие отрасли
Условия входа на рынок и выхода из него	Высокие входные барьеры способствуют сохранению позиции и доходов уже существующих компаний, незначительные препятствия стимулируют появление новых конкурентов
Себестоимость и значимость продукции	Большинство покупателей скорее заинтересованы в снижении цен на крупные и дорогие предметы потребления, чем на небольшие или дешевые
Стандартизация продукции	Чем выше стандартизация продукции, тем сильнее давление со стороны покупателей, поскольку им легче перейти от одного производителя к другому
Быстрые изменения в технологии	Это фактор, повышающий риск вхождения в отрасль. Оборудование и устройства морально устаревают до того, как полностью автоматизируются

1	2
Требования к стартовому капиталу	Высокие требования к размеру стартового капитала представляют собой существенный барьер для входа в отрасль и выхода из нее
Вертикальная интеграция	Увеличивает требования к стартовому капиталу, влияет на характер конкуренции и уровень издержек производства у сильно- и слабоинтегрированных компаний
Экономия от масштаба	Увеличивает объем производства и долю рынка, необходимые для обеспечения конкурентоспособного <u>уровня издержек на единицу продукции</u>
Быстрое совершенствование продукции	Сокращает жизненный цикл товара, увеличивает риск ввиду опасности быстрого введения на рынок новых моделей товара конкурентами

Общие результаты анализа отрасли включают оценку:

- основных экономических характеристик отрасли;
- форм и интенсивности конкуренции;
- причин изменений в структуре конкуренции и внешней среде;
- ключевых факторов успеха;
- общей привлекательности отрасли и перспектив обеспечения

ее прибыльности.

Конкурентный анализ общей ситуации в отрасли и конкуренции – важная предпосылка для разработки эффективной стратегии, основанной на ясной и объективной картине внешней среды, в которой действует предприятие.

Конкурентный анализ отрасли необходим при рассмотрении ее конкурентоспособности, поскольку он является основой для проведения подробнейшего анализа отрасли и ее структуры.

Конкурентный анализ позволяет охарактеризовать перспективы развития отрасли и ее привлекательность для бизнеса. У конкретного предприятия могут существовать свои дополнительные критерии привлекательности отрасли. Даже если ситуация в отрасли однозначно ухудшается, в отдельных случаях это может пойти на пользу каким-то предприятиям, помочь им осуществить свои стратегии. Например, это может способствовать укреплению позиций лидера отрасли. Сильные предприятия могут использовать неустойчивость слабых конкурентов

в свою пользу. Предприятие может быть изолировано или подготовить достаточно сильную защиту в отношении факторов, которые делают отрасль в целом непривлекательной. Кроме того, может сложиться ситуация, когда продолжение работы в данной отрасли важно с точки зрения достижения успеха в других отраслях, где у предприятия есть интересы.

Таким образом, данный подход достаточно интересен своими выводами. Он дает возможность проанализировать конкретную ситуацию в отрасли, определить главные экономические характеристики, рассмотреть ключевые факторы успеха отрасли и перспективы ее развития.

Метод оценки конкурентоспособности отрасли Р. А. Фатхутдинова¹. Оценка конкурентоспособности отрасли осуществляется на основе комплексного, поэтапного и поэлементного исследования ведущих предприятий.

Уровень конкурентоспособности отрасли рассчитывается по формуле

$$K_{\text{отр}} = \frac{\sum_{i=1}^n V_i \cdot K_i}{\sum_{i=1}^n V_i},$$

где $K_{\text{отр}}$ – уровень конкурентоспособности отрасли, выпускающей однородную группу товаров, доли единицы;

$i = 1, 2, \dots, n$ – количество наименований товаров, входящих в данную группу;

V_i – доля данного рынка, занятая i -м товаром;

K_i – конкурентоспособность i -го товара на данном (местном, региональном, национальном, международном) рынке, доли единицы.

Количественный анализ конкурентоспособности дополняет качественный анализ, включающий оценку внешних и внутренних конкурентных преимуществ.

К *внешним конкурентным преимуществам отрасли* относятся:

- высокий уровень конкурентоспособности страны;
- активная государственная поддержка малого и среднего бизнеса;
- качественное правовое регулирование функционирования экономики страны;

¹ Фатхутдинов Р. А. Стратегический маркетинг. М.: ЗАО «Бизнес-школа», 2000. 448 с.

- открытость общества и рынков;
- высокий научный уровень управления экономикой страны;
- соответствие национальной системы стандартизации и сертификации международной системе;
- государственная поддержка науки и инновационной деятельности;
- высокое качество информационного обеспечения управления страной;
- высокий уровень интеграции внутри страны и в рамках мирового сообщества;
- дифференцированные и оптимальные налоговые ставки в стране;
- низкие процентные ставки в стране;
- наличие доступных и дешевых ресурсов;
- качественная система подготовки и переподготовки управленческих кадров в стране;
- хорошие климатические условия и географическое положение страны;
- высокий уровень конкуренции во всех областях деятельности в стране.

К внутренним конкурентным преимуществам отрасли относятся:

- высокая потребность в товаре отрасли;
- оптимальный уровень концентрации, специализации и кооперирования в отрасли;
- оптимальный уровень унификации и стандартизации продукции отрасли;
- высокий удельный вес конкурентоспособного персонала в отрасли;
- качественная информационная и нормативно-методическая база управления в отрасли;
- конкурентоспособные поставщики;
- наличие доступа к качественному дешевому сырью и другим ресурсам;
- выполнение работ по оптимизации эффективности использования ресурсов;
- высокий уровень радикальных новшеств (патентованные товары, технологии, информационные системы и т. д.);
- наличие конкурентоспособных менеджеров;

- функционирование в организациях отрасли системы обеспечения конкурентоспособности;
- проведение сертификации продукции и систем;
- эксклюзивность товара отрасли;
- высокая эффективность организации отрасли;
- высокая доля экспорта наукоемких товаров;
- высокий удельный вес конкурентоспособных организаций и товаров отрасли.

Конкурентоспособность отрасли определяется по лучшим товарам отрасли, составляющим не менее 70 % отраслевого объема продаж. Поэтому необходимо вести мониторинг нормативов конкурентоспособности по наиболее значимым товарам и выполнения отраслевых программ повышения конкурентоспособности товаров и предприятий данной отрасли. При этом размер рынка исчисляется в региональном, национальном и глобальном масштабах¹.

Для определения размера отраслевого рынка, количества участников, входящих в отрасль, политики их поведения на рынке, тенденции развития параметров рынка и решения других вопросов рекомендуется проводить анализ отрасли по следующим направлениям:

- общий анализ объема рынка, количества продавцов, номенклатуры и ассортимента товаров, их качества и цены, каналов распределения, высоты барьеров входа, экономико-правовой ситуации на рынке, уровня дифференциации товаров, нормы рентабельности и др.;
- анализ главных конкурентов (доля рынка, занятая ими, динамичность их параметров и др.);
- анализ главных потребителей;
- анализ главных поставщиков;
- анализ отраслей, выпускающих заменители товаров;
- анализ силы конкуренции на рынке поставщиков, продавцов, потребителей;
- анализ стратегий, применяемых конкурентами;
- анализ тенденций изменения параметров рынка;
- анализ методов и инструментов государственного регулирования рыночных отношений в отрасли;
- анализ инновационной активности в отрасли, конкуренции в среде инновационных продуктов, барьеров на рынке новшеств.

¹ Фатхутдинов Р. А. Указ. соч.

На основе результатов анализа отрасли должны нормироваться следующие отраслевые показатели:

- экспорт и его динамика, тенденции;
- импорт и его динамика, тенденции;
- темпы роста объема производства;
- тенденции изменения внутреннего потребления собственных ресурсов (газ, нефть, электроэнергия, древесина, металл, продукты химической промышленности, цемент, стекло и др.);
- уровень конкурентоспособности отрасли и его динамика;
- наукоемкость производства;
- удельный вес инновационных предприятий;
- средний возраст технологического оборудования;
- уровень образования работников отрасли, их возрастная структура;
- удельный вес работников, имеющих ученую степень.

Оценивая конкурентоспособность отраслей, следует уделить особое внимание их инновационному развитию. Основными приоритетами инновационного развития будут являться следующие факторы:

1. *Ресурсосбережение.* Оно должно рассматриваться как важнейшее проявление влияния высоких технологий на конкурентоспособность, а ресурсосберегающая эффективность в настоящее время становится главным критерием выбора приоритета технологического перевооружения на основе высоких технологий. Также одним из аспектов ресурсосбережения является полное и комплексное использование сырья и материалов, внедрение безотходных и малоотходных технологий. Немалую роль в решении проблемы ресурсосбережения играют разработка и широкое освоение производства энергосберегающей техники и аппаратуры контроля и регулирования потребления тепла и электроэнергии.

2. *Увеличение доли наукоемкой продукции высокой степени переработки.* Особое значение приобретает освоение новейших технологий конечных пределов (на которых в основном формируются высокие потребительские свойства продукции и создается основная часть добавленной стоимости), технологий, позволяющих повысить глубину переработки сырья и степень технологической готовности продукции к последующей переработке.

3. *Обеспечение необходимой динамики обновления технологий на конкурентоспособные.* Низкие темпы обновления технологий являются одним из главных препятствий для достижения конкурентоспособности отечественных производств. Внедрение высоких технологий необходимо для решения проблемы обеспечения гибкости производства.

4. *Оптимизация сырьевой базы производства.* Особое место в решении сырьевой проблемы занимает развитие геологоразведочных работ на основе современных высоких технологий.

5. *Обеспечение гибкости производства.* Особое значение имеет разработка и освоение многофункционального легко перестраиваемого оборудования¹.

Анализ конкурентоспособности отрасли предполагает оценку влияния государства на формирование ее конкурентных преимуществ.

Государственное управление на всех уровнях выступает потенциальным фактором прямого и косвенного воздействия на многие аспекты отраслевой структуры. Для многих отраслей государство фактически является покупателем или продавцом и способно оказывать влияние на отраслевую конкуренцию с помощью проводимой им политики. При этом необходимо учитывать, что роль государства как поставщика или покупателя определяется политическими факторами в значительно большей степени, чем экономическими условиями.

Государство может воздействовать на ситуацию в отрасли с помощью норм регулирования, субсидий или других средств². Правительство может также влиять на конкурентную борьбу, регулируя с помощью различных мер темпы роста отрасли и структуру цен.

Оценка инвестиционной привлекательности как фактора конкурентоспособности отрасли. Обеспечение высоких темпов развития и повышение конкурентоспособности отрасли в условиях современной экономики в значительной степени определяются уровнем ее инвестиционной активности и диапазоном инвестиционной деятельности.

¹ Фатхутдинов Р. А. Указ. соч.

² Портер М. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов.

Оценка инвестиционной привлекательности отдельной отрасли экономики осуществляется по следующим основным элементам:

- уровню перспективности развития отрасли;
- уровню среднеотраслевой рентабельности деятельности предприятий;
- уровню отраслевых инвестиционных рисков.

Каждый из перечисленных элементов включает в себя конкретные аналитические оценочные показатели, расчет которых основывается на соответствующих статистических данных и экспертных оценках¹.

Уровень перспективности развития отрасли оценивается на основе следующих основных показателей и характеристик:

- значимость отрасли в экономике страны. Количественную оценку этого показателя составляют фактический и прогнозируемый удельный вес продукции отрасли в валовом внутреннем продукте страны с учетом осуществляемой структурной перестройки экономики;
- устойчивость отрасли к экономическому спаду. Уровень этой устойчивости определяется на основе анализа соотношения динамики объема отраслевого производства продукции и динамики валового внутреннего продукта страны;
- социальная значимость отрасли. Она характеризуется численностью занятых в отрасли работников, их удельным весом в общей численности занятого населения страны;
- обеспеченность развития отрасли собственными финансовыми ресурсами. Для такой оценки используются показатели объема и удельного веса капитальных вложений, осуществляемых за счет собственных финансовых ресурсов предприятий отрасли; удельного веса собственного капитала в общем его объеме, используемом предприятиями отрасли, и др.;
- степень государственной поддержки развития отрасли. Количественную оценку этого показателя составляют данные об объеме государственных капитальных вложений в отрасль; объеме льготного государственного кредитования предприятий отрасли; системе налоговых льгот, связанных с деятельностью предприятий отрасли, и др.;
- стадия жизненного цикла отрасли. Такая оценка осуществляется только применительно к тем отраслям (подотраслям) экономики, которые в своем развитии проходят отдельные стадии жизненного

¹ Бланк И. А. Инвестиционный менеджмент: учебный курс. Киев: Эльга-Н: Ника-Центр, 2001. 448 с.

цикла (для ряда отраслей и подотраслей, например сельскохозяйственных, не характерно циклическое развитие). В соответствии с концепцией жизненного цикла отрасли он состоит из следующих пяти стадий: рождение, рост, расширение, зрелость, старение.

Уровень среднеотраслевой рентабельности деятельности предприятий отрасли оценивается на основе следующих коэффициентов:

- коэффициент рентабельности активов. Он позволяет судить об уровне генерирования прибыли активами предприятий с учетом отраслевой специфики их деятельности;
- коэффициент рентабельности собственного капитала. Он является приоритетным в рассматриваемой системе показателей данной группы, так как позволяет судить о среднеотраслевой норме прибыльности инвестиций;
- коэффициент рентабельности реализации продукции. Этот показатель дает представление о норме отраслевой прибыли в составе средних цен на ее продукцию;
- коэффициент рентабельности текущих затрат. Использование этого показателя дает представление о потенциальных возможностях формирования диапазона цен на продукцию с позиций сложившегося уровня затрат на ее производство и реализацию.

Учитывая высокую вариабельность значений этих показателей в динамике, вызванную нестабильностью экономических условий развития предприятий на современном этапе, данные показатели рассчитываются и изучаются за ряд последних лет.

Уровень отраслевых инвестиционных рисков оценивается на основе следующих показателей:

- коэффициент вариации среднеотраслевого показателя рентабельности собственного капитала по отдельным годам анализируемого периода. Этот коэффициент является традиционным измерителем уровня финансового (инвестиционного) риска в динамике;
- коэффициент вариации показателей рентабельности в разрезе отдельных предприятий отрасли. Он характеризует внутриотраслевой диапазон колебаний уровня финансовых (инвестиционных) рисков;
- уровень конкуренции в отрасли. Количественно этот показатель характеризует число предприятий, функционирующих в данной отрасли (в сравнении с другими отраслями), а также число предприятий, занимающих монопольное положение на рынке (по критерию удельного веса реализации продукции);

- уровень инфляционной устойчивости цен на продукцию отрасли. Такую оценку можно получить путем соотнесения показателей динамики уровня цен на продукцию отрасли с динамикой индекса оптовых цен в целом по стране или индекса инфляции;

- уровень социальной напряженности в отрасли. В определенной степени об этом позволяет судить сравнение показателя среднего уровня заработной платы работников отрасли с реальным уровнем прожиточного минимума в стране.

На основе оценки трех перечисленных элементов (синтетических оценочных характеристик) и их ранговой значимости в общей характеристике инвестиционной привлекательности рассчитываются интегральные показатели уровня инвестиционной привлекательности отдельных отраслей экономики. Расчеты проводятся в три этапа.

На *первом этапе* рассчитывается ранговая значимость отраслей по каждому элементу их оценки. В процессе такой оценки все аналитические показатели, используемые для характеристики отдельных элементов инвестиционной привлекательности отраслей, рассматриваются как равнозначные (при необходимости значимость каждого из аналитических показателей может быть дифференцирована на основе экспертной оценки). Ранговая значимость отрасли по каждому элементу оценки определяется как ее средняя ранговая значимость по всем входящим в данный элемент аналитическим показателям.

На *втором этапе* на основе ранговой значимости отрасли по каждому элементу рассчитывается интегральный ранговый показатель оценки ее инвестиционной привлекательности.

Поскольку отдельные элементы оценки играют разную роль в принятии инвестиционных решений, их значимость дифференцируется экспертным путем. В процессе проводимой автором оценки инвестиционной привлекательности отдельных отраслей экономики экспертным путем (на основе опроса инвестиционных менеджеров ряда инвестиционных компаний) установлена следующая значимость отдельных элементов при расчете интегрального рангового показателя:

- уровень перспективности развития отрасли – 20 %;
- уровень среднеотраслевой рентабельности деятельности предприятий отрасли – 65 %;
- уровень отраслевых инвестиционных рисков – 15 %.

Естественно, приведенная значимость отдельных элементов оценки в определенной мере носит субъективный характер, так как зависит от состава и квалификации экспертов, периода проведения экспертного опроса и других факторов. В связи с этим при проведении оценки инвестиционной привлекательности отраслей экономики в меняющихся экономических условиях приведенная значимость отдельных элементов требует уточнения.

Расчет интегрального рангового показателя оценки инвестиционной привлекательности отраслей экономики осуществляется по формуле

$$\text{РИП}_0 = \sum_{i=1}^n \text{РЭО}_i \cdot \text{ЗЭО}_i,$$

где РИП_0 – интегральный ранговый показатель инвестиционной привлекательности отрасли экономики;

РЭО_i – средний ранговый показатель по рассматриваемому элементу оценки отрасли;

ЗЭО_i – значимость соответствующего элемента в общей оценке отрасли, выраженная десятичной дробью.

На *третьем этапе* расчетов на основе рассчитанных интегральных ранговых показателей оценки инвестиционной привлекательности отдельных отраслей проводится их группировка, в процессе которой устанавливаются:

- приоритетные отрасли по уровню инвестиционной привлекательности;
- отрасли с высоким уровнем инвестиционной привлекательности;
- отрасли со средним уровнем инвестиционной привлекательности;
- отрасли с низким уровнем инвестиционной привлекательности.

При использовании результатов оценки уровня инвестиционной привлекательности отраслей экономики в целях отраслевой диверсификации инвестиционного портфеля предприятия необходимо иметь в виду, что ряд показателей оценки имеет высокий уровень динамики. Поэтому с изменением экономических условий деятельности предприятий отдельных отраслей такая оценка должна пересматриваться (периодичность пересмотра составляет обычно два года).

Вопросы и задания для самоконтроля

1. Раскройте социально-экономическое содержание конкурентоспособности.
2. Сформулируйте определение понятия «конкурентное преимущество» и поясните его экономическую сущность.
3. В чем сущность абсолютных и относительных конкурентных преимуществ?
4. В чем состоит факторная природа конкурентоспособности?
5. Перечислите основные свойства категории «конкурентоспособность».
6. Охарактеризуйте свойство многовариантности категории «конкурентоспособность».
7. Дайте характеристику свойства многоуровневости формирования конкурентоспособности.
8. В чем заключается содержание макроэкономического и микроэкономического подходов к исследованию конкурентоспособности?
9. Раскройте многомерный характер категории «конкурентоспособность» на примере структуры «пирамиды конкурентоспособности».
10. Охарактеризуйте методические подходы к оценке конкурентоспособности отрасли.

Глава 5. АНАЛИЗ СТРУКТУРЫ ТОВАРНОГО РЫНКА

5.1. Определение товара как продукта деятельности

Проведение анализа структуры и оценки состояния конкурентной среды на товарных рынках целесообразно осуществлять с использованием основных положений документа «Порядок проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке», утвержденного приказом Федеральной антимонопольной службы¹.

Этапы анализа товарного рынка:

- определение товара как продукта деятельности;
- определение временного интервала исследования товарного рынка;
- определение продуктовых границ товарного рынка;
- определение географических границ товарного рынка;
- определение состава хозяйствующих субъектов, действующих на товарном рынке в качестве продавцов и покупателей;
- расчет объема товарного рынка и долей хозяйствующих субъектов на рынке;
- определение уровня концентрации товарного рынка;
- определение барьеров входа на товарный рынок;
- оценка состояния конкурентной среды на товарном рынке.

При анализе состояния конкуренции на товарном рынке в качестве исходной информации о товарных рынках используются:

- данные официальной статистики;
- сведения, полученные от налоговых, таможенных и иных государственных органов, Центрального банка Российской Федерации, органов местного самоуправления;
- сведения, полученные от физических и юридических лиц, включая сведения, представляемые покупателями данного товара, в том числе в результате их выборочного опроса, а также сведения, представляемые продавцами данного товара;

¹ Порядок проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке: приказ Федерал. антимонопол. службы от 28.04.2010 № 220 // Консультант Плюс: справ.-правовая система. URL: <http://www.consultant.ru>.

- результаты экономических и товароведческих экспертиз, заключения специализированных организаций, а также отдельных специалистов и экспертов;
- данные ведомственных и независимых информационных центров и служб;
- данные объединений потребителей и объединений производителей;
- сообщения средств массовой информации;
- данные собственных исследований антимонопольного органа и данные антимонопольных органов других государств;
- данные маркетинговых, социологических исследований, выборочных опросов и анкетирования хозяйствующих субъектов, граждан, общественных организаций;
- государственные стандарты, технические условия и другие нормативы;
- обращения физических и юридических лиц в антимонопольный орган;
- данные ранее проведенных антимонопольными органами исследований состояния конкуренции на соответствующем товарном рынке;
- данные иных источников.

На первом этапе анализа дается предварительное определение товара, устанавливаются его основные характеристики. *Товар* – это продукт деятельности (включая работы, услуги), предназначенный для обмена. Таким образом, определением товара устанавливается взаимосвязь между продуктом деятельности и возможностью его реализации, наличием потенциального потребителя.

Как продукт деятельности товар характеризуется набором потребительских свойств, а также издержками производства, которые являются основой формирования цены предложения.

Потребительские свойства товара – совокупность его технических, экономических и эстетических свойств, которые признаются или (как ожидается) будут признаваться потребителями как полезные свойства.

Потребительские свойства товара формируются за счет таких характеристик, как надежность, прочность, внешнее оформление, отделка, новизна фасона, соответствие моде и т. д., которые делают его отличным от другого товара. Потребительские свойства товара – это

суммарные потенциальные возможности для использования товара покупателем в целях удовлетворения его потребностей, т. е. потенциал полезности товара.

С позиции продавца потребительские свойства товара делают его полезным в предполагаемых продавцом сферах использования.

С позиции покупателя товар удовлетворяет или не удовлетворяет вполне определенную его потребность. Формулировка потребности, которую удовлетворяет данный товар, существенно влияет на продуктовые границы товарного рынка. Например, если потребность формулируется как перевозка пассажиров, то должны рассматриваться все возможные виды перевозок. А если потребность формулируется как перевозка пассажиров общественным транспортом в пределах города, то рассмотрению подлежат услуги по перевозке пассажиров трамваями, автобусами, троллейбусами, метро, такси.

Потребитель, покупая товар, обращает внимание прежде всего на соответствие потребительских свойств товара и его возможной полезности в той области, где товар будет использован. Акт купли-продажи товара подтверждает полезность приобретаемого изделия (работы, услуги) для данного покупателя и размер той жертвы в виде цены, которую покупатель готов принести для удовлетворения своей потребности.

Реализация полезных свойств товара выражается в *полезности* как субъективной оценке, отражающей удовлетворение запросов потребителей товаров или пользователей услуг.

Полезность товара как его интегральное свойство формируется на основе:

- функционального назначения;
- технических и эксплуатационных характеристик;
- показателей качества;
- физических параметров (вес, габариты и т. д.);
- условий потребления (эксплуатации) товара (услуги по сборке и транспортировке, электро-, водо- и теплопотребление и т. д.);
- комплекта поставки;
- характеристик упаковки;
- условий реализации товара: через системы оптовой, мелкооптовой и розничной торговли, по прямым договорам, в том числе посредством бартерных сделок, и др.;

- цены и других характеристик товара, дающих возможность выявить его специфику и определить эффективность использования данного товара по сравнению с другими товарами того же назначения, т. е. позволяющих покупателю сделать свой выбор.

В зависимости от роли товара в цепочке «производство – потребление» или от экономической модели, в которой характеристики товара являются фактором, влияющим на формирование экономической политики, полезность может описываться большим или меньшим числом показателей. Например, при определении полезности товара на конкретном товарном рынке играют роль не только функциональное назначение или возможные области применения товара, но и технические, эксплуатационные характеристики, физические параметры, а также комплект поставки. При исследовании эффективности экономической политики в отраслевом разрезе полезность товара может оцениваться только назначением и разбросом цен, поскольку в этом случае анализируются не конкретные формы потребления товара, а принципиальная возможность удовлетворения определенной потребности.

Не совсем очевидна необходимость включения в перечень характеристик товара, формирующих его полезность, комплекта поставки. Товар является продуктом деятельности, который реализуется как единое целое. Именно тот набор продуктов деятельности, который реализуется как единое целое и на который устанавливается единая цена, является рассматриваемым товаром. Например, если услуга по доставке входит в обязательный комплект и стоимость поставки, то в качестве товара должен рассматриваться именно этот комплект – изделие и услуга по его доставке. Если услуга по доставке не входит в обязательный комплект и стоимость поставки, то эта услуга, если она предоставляется, является самостоятельным (другим) товаром. Если комплект запасных частей входит в обязательный комплект и стоимость поставки, то в качестве товара должны рассматриваться изделие и запасные части к нему. Если запасные части не входят в обязательный комплект и стоимость поставки, то комплект запасных частей, в случае возможности его приобретения на этом или другом рынке, является самостоятельным товаром. Если продукт деятельности (изделие) реализуется в виде оптовой партии, то на этом рынке именно оптовая партия является товаром, а не отдельное изделие, входящее в партию. Наконец, если послепродажное обслужива-

ние техники включено в комплект (гарантийное обслуживание), то данная деятельность не рассматривается как самостоятельная услуга, однако если послепродажное обслуживание не входит в комплект (в случае истечения срока гарантии или нарушения условий эксплуатации), то оно рассматривается как самостоятельная услуга.

5.2. Определение временного интервала исследования товарного рынка

Временной интервал исследования товарного рынка определяется в зависимости от цели исследования, особенностей товарного рынка и доступности информации.

Если исследование ограничивается изучением характеристик рассматриваемого товарного рынка, которые сложились до момента проведения исследования, то проводится ретроспективный анализ состояния конкуренции на товарном рынке.

Если для целей исследования необходим учет условий, которые в будущем сложатся на рассматриваемом товарном рынке (например, после совершения действий, за которыми осуществляется антимонопольный контроль), то проводится перспективный анализ состояния конкуренции на товарном рынке, в ходе которого выявляется состояние конкуренции, существующее на момент проведения исследования, и анализируется воздействие, которое окажут подконтрольные действия на состояние конкуренции.

Если покупатели не заменяют и не готовы заменить в потреблении товар, приобретаемый в одни периоды времени, этим же товаром, приобретаемым в другие периоды времени, то при выборе временного интервала учитываются обуславливающие данный выбор характеристики товарного рынка, в том числе:

- сезонность поставок товара в течение года;
- стабильность поставок товара в течение года;
- возможности продавцов (производителей) изменить время продажи (производства) или сроки хранения товара;
- периоды максимального и минимального спроса (в том числе краткосрочные), соотношение между количеством приобретателей в эти периоды;

- возможность установления продавцами разных цен в разные временные периоды;
- сроки договоров;
- время появления товара на рынке;
- степень новизны товара.

Все характеристики товарного рынка определяются в пределах одного установленного временного интервала.

5.3. Определение продуктовых границ товарного рынка

Определение продуктовых границ товарного рынка основывается на мнении покупателей (как физических, так и юридических лиц) о взаимозаменяемости товаров, составляющих одну товарную группу. В случае, когда предполагаемое нарушение антимонопольного законодательства рассматривается применительно к покупателю продукции (монополия), определяющим в вопросе взаимозаменяемости продукции выступает мнение ее продавца.

Мнение покупателей определяется в результате их сплошного или выборочного опроса или анализа предмета договоров, на основании которых осуществляется реализация товара.

Мнения покупателей могут отличаться в зависимости от способа их участия в обороте товара (оптовый, мелкооптовый покупатель, покупатель единичного количества товара).

Группы покупателей различаются:

- по способу и формам участия в обороте товара (в том числе оптовые и розничные приобретатели);
- месту приобретения товара;
- предъявляемым к товару требованиям;
- особенностям поведения на товарном рынке;
- другим признакам.

Разные группы приобретателей признаются действующими на разных товарных рынках, если один и тот же продавец устанавливает (может установить) разные цены на один и тот же товар для разных групп приобретателей.

Рассматриваемый товар может обращаться на одной и той же территории на разных товарных рынках. Такие товарные рынки сле-

дует анализировать обособленно. В частности, товар может обращаться на оптовых рынках, на которых продаются партии товара преимущественно для целей последующей перепродажи или профессионального использования, и на розничных рынках, на которых осуществляется продажа единичного количества товара преимущественно для личного использования.

Предварительное определение товара проводится на основе:

- 1) условий договора, заключенного в отношении товара;
- 2) разрешений (лицензий) на осуществление определенных видов деятельности;
- 3) нормативных актов, регулирующих соответствующую деятельность;
- 4) общероссийских классификаторов продукции, работ, услуг, видов экономической деятельности;
- 5) товарных словарей или справочников товароведов;
- 6) заключений специалистов, имеющих специальные знания в соответствующей сфере;
- 7) иного способа, позволяющего однозначно определить товар.

При выявлении свойств товара, определяющих выбор покупателя, анализируются:

- функциональное назначение, в том числе цель потребления товара и его потребительские свойства;
- применение товара, в том числе перепродажа либо личное потребление или профессиональное использование;
- качественные характеристики, в том числе вид, сорт, ассортимент, дизайн, упаковка, реклама, особенности системы распространения и сбыта;
- технические характеристики, в том числе эксплуатационные показатели, ограничения по транспортировке, условия сборки, ремонта, технического обслуживания (включая гарантийное обслуживание), особенности профессионального использования (производственного потребления);
- цена;
- условия реализации, в том числе размер партий товара, способ реализации товара;
- иные характеристики.

Выявление товаров, потенциально являющихся взаимозаменяемыми для данного товара, осуществляется путем:

- экспертных оценок;
- анализа сопоставимых по существенным свойствам товаров, входящих вместе с рассматриваемым товаром в одну классификационную группу одного из общероссийских классификаторов видов экономической деятельности, продукции или услуг.

В случае отсутствия возможности установления точной классификационной позиции, соответствующей данному товару, рассматривается группировка классификационных позиций. При выявлении товаров, потенциально являющихся взаимозаменяемыми для товара, ввозимого на территорию Российской Федерации или вывозимого с территории Российской Федерации, может использоваться также товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности, применяемая при осуществлении данной деятельности.

Определение взаимозаменяемых товаров в соответствии со ст. 4 Федерального закона РФ «О защите конкуренции» основывается на фактической замене товаров приобретателем или готовности приобретателя заменить один товар другим при потреблении (в том числе при потреблении в производственных целях) с учетом их функционального назначения, применения, качественных и технических характеристик, цены и других параметров.

Товары не относятся к взаимозаменяемым, если для замены одного товара другим в процессе потребления требуется более года или в связи с заменой приобретатель товара несет значительные издержки (превышающие, как правило, 10 % от цены товара) и если антимонопольный орган не располагает информацией о том, что такая замена имела или имеет место.

При выявлении взаимозаменяемых товаров используются следующие методы:

- «тест гипотетического монополиста»;
- анализ ценообразования и динамики цен, изменения объема спроса при изменении цен;
- расчет показателя перекрестной эластичности спроса в соответствии с п. 3.10 «Порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке».

В результате проведения «теста гипотетического монополиста» (для определения продуктовых границ товарного рынка) выясняется мнение приобретателей товара о составе группы взаимозаменяемых товаров. Для этого приобретатели отвечают на вопрос, какими товарами и в каком объеме они предпочтут заменить предварительно определенный товар, если цена на него долговременно (на срок больше одного года) повысится на 5 – 10 %, а цены на остальные товары останутся неизменными.

Ответы приобретателей товара обобщаются, и с помощью обобщенной информации определяется, выполняются ли следующие два условия:

- в результате указанного в вопросе повышения цены приобретатели будут заменять рассматриваемый товар другими товарами;
- произойдет снижение объема продаж предварительно определенного товара, делающее такое повышение цены невыгодным для продавца (продавцов) данного товара.

Если оба указанных условия выполняются, то товары, которые являются наиболее близкими по свойствам к предварительно определенному товару и которыми приобретатели готовы заменить рассматриваемый товар, следует включить в состав группы взаимозаменяемых товаров.

Указанная процедура осуществляется до тех пор, пока не будет выявлена группа товаров, в отношении которой выполняется хотя бы одно из приведенных ниже условий:

- гипотетическое увеличение цены на входящие в группу товары не ведет к их замене приобретателями на другие товары;
- гипотетическое увеличение цены на входящие в группу товары не обуславливает утрату продавцами выгоды от продажи таких товаров по повышенной цене.

Товары, входящие в такую группу, признаются продуктовыми границами товарного рынка.

При проведении «теста гипотетического монополиста» в качестве продуктовых границ товарного рынка следует рассматривать наименьший набор товаров, цены на которые могут быть повышены продавцами без сопутствующей такому повышению цены утраты их выгоды.

Мерой взаимозаменяемости товаров является показатель перекрестной эластичности спроса по цене, исчисляемый как отношение

выраженного в процентах изменения объема спроса на один товар к выраженному в процентах изменению цены другого товара за определенный период. О взаимозаменяемости рассматриваемых товаров свидетельствуют устойчивые значения показателя перекрестной эластичности, превышающие единицу.

При проведении ретроспективного анализа состояния конкуренции на товарном рынке применяются рыночные цены, существовавшие в течение определенного временного интервала исследования рассматриваемого товарного рынка. При проведении перспективного анализа состояния конкуренции на товарном рынке могут применяться рыночные цены, сложившиеся на момент проведения исследования.

5.4. Определение географических границ товарного рынка

Процедура определения географических границ товарного рынка, т. е. границ территории, на которой покупатель приобретает либо имеет экономическую, техническую или иную возможность приобрести товар (и не имеет такой возможности за ее пределами), включает:

- предварительное определение географических границ товарного рынка;
- выявление условий обращения товара, ограничивающих экономические возможности приобретения товара покупателями;
- определение территорий, входящих в географические границы рассматриваемого товарного рынка.

Определение географических границ товарного рынка проводится на основе информации:

1) о регионе, в котором действует хозяйствующий субъект, являющийся объектом антимонопольного контроля, и (или) о регионе, в котором выявлены признаки нарушения антимонопольного законодательства;

2) о ценообразовании на рынке рассматриваемого товара или о различиях в уровнях цен на данный товар на территории Российской Федерации;

3) о структуре товаропотоков (о границах территории, за пределы которой вывозится и на которую ввозится не более 10 % от общего объема рассматриваемой товарной массы).

При выявлении условий обращения товара, ограничивающих экономические, технические или иные возможности приобретения товара покупателями, учитываются:

- требования к условиям транспортировки товара, обеспечивающие сохранение его потребительских свойств;
- организационно-транспортные схемы приобретения товара покупателями;
- возможность перемещения товара к покупателю или покупателя к товару;
- наличие, доступность и взаимозаменяемость транспортных средств для перемещения рассматриваемого товара (приобретателя рассматриваемого товара);
- расходы, связанные с поиском и приобретением товара, а также транспортные расходы;
- особенности территории в предварительно определенных географических границах товарного рынка (в том числе природно-климатические и социально-экономические особенности, наличие зон регулируемого или частично регулируемого ценообразования);
- региональные особенности спроса на рассматриваемый товар (включая потребительские предпочтения);
- условия, правила и обычаи делового оборота.

Если цена товара, поставляемого с каких-либо территорий (от продавцов, расположенных на каких-либо территориях), оказывается более чем на 10 % выше средневзвешенной цены товара, доступного приобретателю (приобретателям) в пределах предварительно определенных географических границ рассматриваемого товарного рынка, то такие территории (продавцы) должны относиться к другим товарным рынкам.

Определение географических границ товарного рынка возможно осуществлять следующими методами:

- методом «тест гипотетического монополиста»;
- методом установления фактических районов продаж (местоположения приобретателей), хозяйствующих субъектов (продавцов), осуществляющих продажи на рассматриваемом товарном рынке (в предварительно определенных географических границах);
- сочетанием указанных методов.

В результате проведения «теста гипотетического монополиста» выясняется мнение приобретателей товара о географических границах товарного рынка. Для этого приобретатели отвечают на вопрос, у ка-

ких продавцов (расположенных за пределами предварительно определенных географических границ товарного рынка) и в каком количестве они предпочтут покупать товар, если цена на него (в пределах предварительно определенных географических границ товарного рынка) долговременно (на срок больше одного года) повысится на 5 – 10 %, а цена за пределами таких границ останется прежней.

Ответы приобретателей товара обобщаются, и с помощью обобщенной информации определяется, выполняются ли следующие два условия:

- в результате указанного в вопросе повышения цены покупатели будут приобретать рассматриваемый товар на других территориях (у продавцов, расположенных на других территориях);
- произойдет снижение объема продаж товара в пределах предварительно определенных географических границ товарного рынка, делающее такое повышение цены невыгодным для продавцов, расположенных в пределах границ товарного рынка.

Если указанные условия выполняются, то географические границы товарного рынка расширяются таким образом, чтобы включить в себя территории, на которых покупатели будут приобретать рассматриваемый товар при указанном в вопросе повышении цены.

Данная процедура осуществляется до тех пор, пока не будет выявлена территория, в географических границах которой выполняется хотя бы одно из приведенных ниже условий:

- гипотетическое увеличение цены на обращающийся в пределах такой территории товар не ведет к тому, что покупатели будут приобретать рассматриваемый товар на других территориях (у продавцов, расположенных на других территориях);
- гипотетическое увеличение цены на обращающийся в пределах такой территории товар не обуславливает утрату продавцами выгоды от его продажи по более высокой цене.

Границы выявленной территории признаются географическими границами рассматриваемого товарного рынка.

При проведении «теста гипотетического монополиста» в качестве географических границ товарного рынка следует рассматривать границы наименьшей территории, на которой продавец может осуществить повышение цены товара без сопутствующей такому повышению цены утраты своей выгоды от продажи товара.

В сфере услуг субъектов естественных монополий географические границы товарных рынков определяются с учетом особенностей предоставления этих услуг, в частности:

- наличия и расположения технологической инфраструктуры (сетей);
- возможностей приобретателей по доступу к инфраструктуре и ее использованию (подключению к сетям).

5.5. Определение состава хозяйствующих субъектов, действующих на товарном рынке

В состав хозяйствующих субъектов, действующих на товарном рынке, включаются хозяйствующие субъекты, реализующие в его границах рассматриваемый товар в пределах определенного временного интервала исследования товарного рынка.

В состав хозяйствующих субъектов, действующих на рассматриваемом рынке, могут быть также включены физические и юридические лица, которые в течение краткосрочного периода (не более года) могут при обычных условиях оборота и без дополнительных издержек (издержки окупаются в течение года при уровне цен, отличающемся не более чем на 10 % от сложившейся средневзвешенной рыночной цены) войти на данный товарный рынок (далее – потенциальные продавцы).

Количество выявленных хозяйствующих субъектов, действующих на товарном рынке, является достаточным, если выполняется любое (хотя бы одно) из следующих условий:

- выявлены все хозяйствующие субъекты, деятельность которых на рассматриваемом товарном рынке подлежит лицензированию;
- объем товарного рынка известен и выявленных хозяйствующих субъектов достаточно, чтобы подтвердить или опровергнуть гипотезу о доминирующем положении любого из них, а также для установления влияния любого из них на состояние конкуренции;
- количество выявленных хозяйствующих субъектов основано на всей доступной информации и не может быть расширено за счет информации о хозяйствующих субъектах, которой обладают покупатели и продавцы на рассматриваемом товарном рынке.

На основании информации, полученной при определении временного интервала исследования, при установлении продуктовых и географических границ товарного рынка определяются хозяйствующие

субъекты, действующие на рассматриваемом рынке, для которых устанавливаются позволяющие их идентифицировать данные:

- полное наименование (с указанием организационно-правовой формы);

- адрес (место нахождения).

Для хозяйствующих субъектов, действующих на рассматриваемом товарном рынке, в случае необходимости определяются также:

- принадлежность к группе лиц;
- приобретатели товара либо регионы продаж данного товара;
- наличие собственного производства данного товара;
- продавцы данного товара или товаров, необходимых для его производства.

При определении состава хозяйствующих субъектов, действующих на товарном рынке, может быть уточнен состав (численность) групп покупателей, приобретающих товар у продавцов, которые действуют на рассматриваемом товарном рынке.

Если на рынке действует небольшое количество приобретателей (менее 15), то выявляются хозяйственные связи этих приобретателей с продавцами.

5.6. Расчет объема товарного рынка и долей хозяйствующих субъектов на рынке

Объем товарных ресурсов рынка количественно характеризуется общим объемом реализации товара в географических границах рынка выделенной группе покупателей за определенный период в стоимостных и (или) натуральных показателях.

Общий объем реализации товаров представляет собой сумму реализации товаров на данном рынке всеми продавцами в натуральном или стоимостном выражении за соответствующий период:

$$Q_r = \sum_{i=1}^n q_i,$$

где q_i – объем реализации товара (услуги) i -м продавцом товара (в стоимостных или натуральных единицах);

n – число продавцов (поставщиков), действующих в географических границах рынка.

При отсутствии непосредственных сведений об объемах реализованной покупателями продукции объем товарного предложения рассчитывают по формуле

$$Q_m = Z_1 + Q_p + Q_{im} - Q_{ex} - Z_2,$$

где Z_1, Z_2 – запасы соответствующего товара (или совокупности взаимозаменяемых товаров), представленные на рынке на начало и конец соответствующего периода;

Q_p – объем производства товара местными товаропроизводителями за соответствующий период;

Q_{im} – объем ввоза товара на территорию изучаемого рынка;

Q_{ex} – объем вывоза товара за пределы изучаемого рынка.

Доля i -го хозяйствующего субъекта на рассматриваемом товарном рынке определяется двумя способами:

- как отношение реализованной им на рынке товарной продукции Q_i к общему объему реализации товара Q_r за соответствующий период, %:

$$S_i = Q_i / Q_r;$$

- как отношение представленной им для продажи на данном рынке продукции Q_{pi} к общему объему предложения данного товара Q_m :

$$S_i = Q_{pi} / Q_m.$$

Товарное предложение Q_{pi} включает поставку продукции на соответствующий товарный рынок i -м производителем за соответствующий период плюс запасы его товаров, представленные на рынке к началу отчетного периода, минус запасы его товаров, представленные на рынке на конец отчетного периода.

Чем меньше объем запасов на товарном рынке у хозяйствующих субъектов либо чем более пропорциональны соотношения объемов поставок товарных запасов и реализации у всех хозяйствующих субъектов, тем меньше различаются показатели долей на рынке хозяйствующих субъектов, рассчитанные на основе данных о товарном предложении и фактической реализации.

Расчет общего объема товарной массы в обороте за определенный период времени в продуктовых и географических границах рассматриваемого рынка (далее – объем товарного рынка) и долей хозяйствующих субъектов на рынке осуществляется на основании одного из следующих показателей:

- объем продаж;
- объем поставок (отгрузок);
- объем выручки;
- объем перевозок;
- объем производства;
- объем производственных мощностей;
- объем запасов ресурсов;
- объем товара в соответствии с заключенными договорами.

Основным показателем для расчета объема товарного рынка и долей хозяйствующих субъектов на нем является объем продаж (поставок) на рассматриваемом товарном рынке. Иные показатели используются в тех случаях, когда из-за отраслевых особенностей они позволяют более точно охарактеризовать положение хозяйствующих субъектов на товарном рынке с точки зрения конкуренции.

Указанные выше показатели могут использоваться в натуральном или стоимостном выражении, а также в условных расчетных единицах, обеспечивающих сопоставимость данных по различным товарам из группы взаимозаменяемых товаров, по различным продавцам и приобретателям.

В зависимости от наличия информации объем рынка определяется:

- как сумма объемов продаж данного товара хозяйствующими субъектами, действующими на рассматриваемом товарном рынке. При этом не допускается повторный учет одного и того же товара;
- как сумма объемов производства данного товара в географических границах рассматриваемого рынка (за вычетом потребления рассматриваемого товара в процессе его производства и объема запасов) за вычетом объемов вывоза (экспорта) рассматриваемого товара с данной территории и с добавлением объемов ввоза (импорта) этого товара на данную территорию;

• как сумма объемов покупок товара действующими на рассматриваемом товарном рынке приобретателями, которая может в том числе определяться:

– как скорректированный на величину средней торговой наценки объем розничного товарооборота (для оптовых рынков);

– как произведение обоснованных норм потребления товара на численность приобретателей или на душу населения (например, для розничных товарных рынков с большим количеством приобретателей) с корректировкой при необходимости на фактическую степень достижения норм потребления.

Доля хозяйствующего субъекта (группы лиц) на товарном рынке определяется применительно к установленному временному интервалу, к продуктовым и географическим границам рассматриваемого товарного рынка, а также к составу хозяйствующих субъектов, действующих на нем.

Показатели, используемые при расчете доли хозяйствующего субъекта на товарном рынке, приводятся в тех же единицах измерения, что и показатели, используемые при расчете объема товарного рынка.

Доля группы лиц на товарном рынке определяется как сумма долей хозяйствующих субъектов, действующих на одном товарном рынке и составляющих группу лиц.

При значительном объеме товарных запасов и замедлении их оборачиваемости реальная рыночная власть конкретного хозяйствующего субъекта может оказаться значительно меньшей, чем о том говорят масштабы его производства. Поэтому расчет доли на рынке по показателям товарного предложения и фактической реализации очень важен. При существенном их расхождении следует провести содержательный анализ причин, чтобы обеспечить объективную оценку рыночной власти хозяйствующего субъекта. Предпочтительнее исчислять долю в натуральных показателях для элиминирования дифференциации цен и затем – в стоимостных показателях.

Если хозяйствующий субъект производит товар и использует часть своей продукции для нужд собственного производства, то в общем объеме реализации следует учитывать только ту часть, которая реализуется им на рынке.

Потенциальные конкуренты (продавцы) включаются в расчет доли на рынке, если состояние конкурентной среды на рынке анализируется для прогнозной оценки рынка. Тогда целесообразно учитывать возможные объемы реализации товаров на рынке потенциальными конкурентами (продавцами) при условии, что вход на рынок новых хозяйствующих субъектов может осуществляться в кратчайшие сроки (определяемые в зависимости от конкретного рынка в пределах 1–2 лет) без существенных дополнительных затрат. Потенциальными конкурентами могут считаться хозяйствующие субъекты, которые:

1) имеют материально-техническую базу, кадры, технологии для изготовления данного товара, но по разным причинам не реализуют эти возможности;

2) изготавливают данный товар, но не продают его на территории исследуемого товарного рынка;

3) имеют намерение войти на данный товарный рынок.

Определение доли хозяйствующих субъектов на товарном рынке имеет большое значение для оценки их рыночной власти, доминирующего положения. В соответствии с Федеральным законом РФ «О защите конкуренции» доминирующим признается положение хозяйствующего субъекта (группы лиц) или нескольких хозяйствующих субъектов (групп лиц) на рынке определенного товара, дающее такому хозяйствующему субъекту (группе лиц) или таким хозяйствующим субъектам (группам лиц) возможность оказывать решающее влияние на общие условия обращения товара на соответствующем товарном рынке, и (или) устранять с этого товарного рынка других хозяйствующих субъектов, и (или) затруднять доступ на этот товарный рынок другим хозяйствующим субъектам.

Доминирующим признается положение хозяйствующего субъекта:

- доля которого на рынке определенного товара превышает 50 %, если только при рассмотрении дела о нарушении антимонопольного законодательства или при осуществлении государственного контроля за экономической концентрацией не будет установлено, что, несмотря на превышение указанной величины, положение хозяйствующего субъекта на товарном рынке не является доминирующим;

- доля которого на рынке определенного товара составляет менее чем 50 %, если доминирующее положение такого хозяйствующего субъекта установлено антимонопольным органом исходя из неиз-

менной или подверженной малозначительным изменениям доли хозяйствующего субъекта на товарном рынке, относительного размера долей на этом товарном рынке, принадлежащих конкурентам, возможности доступа на этот товарный рынок новых конкурентов либо исходя из иных критериев, характеризующих товарный рынок.

Доминирующим признается положение каждого хозяйствующего субъекта из нескольких хозяйствующих субъектов (за исключением финансовой организации), применительно к которому выполняются в совокупности следующие условия:

1) совокупная доля не более чем трех хозяйствующих субъектов, доля каждого из которых больше долей других хозяйствующих субъектов на соответствующем товарном рынке, превышает 50 % или совокупная доля не более чем пяти хозяйствующих субъектов, доля каждого из которых больше долей других хозяйствующих субъектов на соответствующем товарном рынке, превышает 70 % (настоящее положение не применяется, если доля хотя бы одного из указанных хозяйствующих субъектов менее чем 8 %);

2) в течение длительного периода (в течение не менее чем одного года или, если такой срок составляет менее чем один год, в течение срока существования соответствующего товарного рынка) относительные размеры долей хозяйствующих субъектов неизменны или подвержены малозначительным изменениям, а также доступ на соответствующий товарный рынок новых конкурентов затруднен;

3) реализуемый или приобретаемый хозяйствующими субъектами товар не может быть заменен другим товаром при потреблении (в том числе при потреблении в производственных целях), рост цены товара не обуславливает соответствующее такому росту снижение спроса на этот товар, информация о цене, об условиях реализации или приобретения этого товара на соответствующем товарном рынке доступна неопределенному кругу лиц.

Не может быть признано доминирующим положение хозяйствующего субъекта, доля которого на рынке определенного товара не превышает 35 %.

Соотношение долей хозяйствующих субъектов характеризует структуру товарного рынка, его экономическую концентрацию¹.

¹ О защите конкуренции: Федер. закон РФ № 135-ФЗ в ред. от 27.12.2009 // Консультант Плюс: справ.-правовая система. URL: <http://www.consultant.ru/>.

5.7. Показатели концентрации товарного рынка

Оценивать концентрацию рынка целесообразно по следующим показателям, которые наиболее часто используются в мировой практике:

- *коэффициент концентрации CR*, равный суммарной доле¹ в общем объеме реализации определенного числа *n* товаропроизводителей. Обычно коэффициент концентрации определяется для трех (*CR-3*), четырех (*CR-4*), шести (*CR-6*), восьми (*CR-8*), десяти (*CR-10*), двадцати пяти (*CR-25*) крупнейших товаропроизводителей;

- *индекс концентрации Герфиндаля – Гиршмана (HHI)*, который рассчитывается как сумма квадратов долей всех предприятий, действующих на рынке.

В зависимости от значений этих показателей товарный рынок может быть признан умеренно, высоко- и низкоконцентрированным (табл. 10).

Таблица 10

Диапазон показателей концентрации товарного рынка

Показатель	Диапазон изменения значений показателя	Высококонтцентрированное производство	Умеренно концентрированное производство	Низкоконтцентрированное производство
Коэффициент концентрации <i>CR-3</i>	70–100 %	+		
	45–70 %		+	
	Менее 45 %			+
Индекс концентрации Герфиндаля – Гиршмана <i>HHI</i>	2000–10000	+		
	1000–2000		+	
	Менее 1000			+

Показатель уровня концентрации рынка, определенный через коэффициент концентрации, имеет ограничение в применении, поскольку не позволяет дифференцировать роль на рынке различных товаропроизводителей. Например, рынок, на котором один товаро-

¹ В процентах.

производитель имеет долю 77 %, а остальные двадцать три – по 1 %, будет иметь такой же коэффициент концентрации четырех товаропроизводителей, как и рынок, на котором четыре товаропроизводителя имеют долю по 20 % каждый, а остальные двадцать – по 1 %.

Измерение рыночной концентрации с помощью индекса Герфиндаля – Гиршмана *HHI* позволяет преодолеть этот недостаток. Индекс рассчитывается путем возведения в квадрат процентной рыночной доли каждой из фирм, изготавливающих взаимозаменяемую продукцию для данного рынка, и суммирования полученных результатов.

$$HHI = (S_1)^2 + (S_2)^2 + \dots + (S_n)^2,$$

где S_i – доля продаж i -го товаропроизводителя, %; $i = 1, 2, \dots, n$.

С увеличением концентрации товарного рынка *HHI* возрастает, достигая максимальной величины, равной 10000 для монопольного производства. В отличие от коэффициента концентрации он показывает разницу между системами производства, имеющими одинаковое число товаропроизводителей при разной их доле в реализации продукции. Так, для вышеприведенных примеров (доли производства: 77 % у одной фирмы и по 1 % у двадцати трех; 20 % у четырех фирм и по 1 % у двадцати) индекс концентрации будет равен соответственно 5952 и 1620, т. е. концентрация производства выше в том случае, когда один товаропроизводитель имеет долю в производстве 77 %.

Коэффициент концентрации и индекс концентрации определяются по одинаковым формулам для случаев, когда рассматриваются система производства, рынок или структура покупателей с учетом соответственно долей на рынке товаропроизводителей, продавцов и покупателей. Доля каждого покупателя на рынке определяется суммой индивидуальных покупок у всех продавцов на рынке, соотнесенной с общим объемом реализации (емкостью рынка). Доля каждого продавца определяется суммой продаж по всем его покупателям, соотнесенной с емкостью рынка. Доля товаропроизводителя на рынке определяется суммой продаж товара данного производителя по всем продавцам на рынке, соотнесенной с емкостью рынка. Таким образом, анализ концентрации любых хозяйствующих субъектов, действующих на различных стадиях движения рассматриваемой группы взаимозаменяемых товаров, связан с анализом рынка этих товаров.

Для более глубокого анализа концентрации рынка кроме вышеуказанных возможно использовать другие показатели.

Коэффициент Линда L определяет степень неравенства между лидирующими на рынке поставщиками товаров.

$$L = \frac{1}{k(k-1)} \sum_{i=1}^k Q_i,$$

где k – число крупных поставщиков (не менее двух);

Q_i – отношение средней доли рынка i -го поставщика к доле $k-i$ поставщиков.

$$Q_i = \frac{A_i}{i} \bigg/ \frac{A_k - A_i}{k-i},$$

где i – число ведущих поставщиков среди k крупных поставщиков;

A_i – общая доля рынка, приходящаяся на i поставщиков;

A_k – доля рынка, приходящаяся на k крупных поставщиков.

Коэффициент Линда используется в качестве определителя границы олигополии следующим образом: рассчитывается L для $k=2$, $k=3$ и т. д. до момента, пока не будет получено первое нарушение непрерывности показателя L , т. е. $L_{k+1} > L_k$. Граница олигополии считается установленной при достижении значения L_k , меньшего $L_k + 1$. Определение границы может говорить о наличии на рынке жесткой или размытой олигополии, тем самым позволяя эмпирически выявить предполагаемый круг субъектов, которые могут выполнять согласованные действия, направленные на ограничение конкуренции.

Коэффициент Лернера определяется как разница между ценой товара и предельными издержками его производства, отнесенная к цене:

$$L = [P - MC] / P,$$

где P – отпускная цена товара;

MC – предельные издержки производства товара.

Этот показатель отражает отклонение цены от предельных затрат, связанных с неэффективным размещением ресурсов в условиях монополии. Чем больше цена реализации предприятия отклоняется от конкурентных цен, тем выше коэффициент Лернера.

В условиях совершенно конкурентного рынка данный коэффициент равен нулю (рыночная власть отсутствует); для рынка монополистической конкуренции он находится в диапазоне 0,3–0,5; для рынка олигополии – в диапазоне 0,6 – 0,8 в зависимости от числа предприятий (чем их меньше, тем, скорее всего, коэффициент Лернера будет больше); для рынков с доминирующим предприятием он может достигать 0,8 – 0,9, а для рынка монополии приближается к 1,0.

5.8. Определение барьеров входа на товарный рынок

Одним из существенных факторов, влияющих на уровень экономической концентрации и на поведение предприятий отрасли, является наличие барьеров входа на товарный рынок.

Под *барьером входа* на рынок понимают любые факторы и обстоятельства правового, организационного, технологического, экономического, финансового характера, препятствующие вступлению на данный товарный рынок новых хозяйствующих субъектов и не позволяющих им на равных конкурировать с уже действующими субъектами.

Нередко в экономической литературе наряду с барьерами входа говорится и о *барьерах выхода* с рынка, т. е. о тех условиях, которые препятствуют выходу предприятия с рынка в случае необходимости. Например, к числу основных барьеров выхода с рынка возможно отнести низкую ликвидность активов в отрасли в целом либо данного предприятия. Можно, однако, сказать, что барьеры выхода с рынка представляют собой дополнительное препятствие для входа новых фирм на рынок, т. е. фактически это разновидности барьеров входа.

Барьеры входа могут быть обусловлены особенностями данной отрасли и рынка (технология производства, стартовые и текущие затраты, объем спроса, зрелость и развитость рынка, тип конкуренции) либо поведением хозяйствующих субъектов, уже представленных на данном рынке (включая антиконкурентные действия и соглашения). Важное значение имеют также барьеры входа, связанные с влиянием таких факторов, как сужение географических границ рынка вследствие роста транспортных издержек, возрастание международной конкуренции в условиях ограниченного спроса.

Барьеры входа на рынок подразделяются на структурные и поведенческие. *Структурные барьеры* обусловлены особенностями данной отрасли и рынка (технологии производства, стартовые и текущие

затраты, зрелость и развитость рынка, объем спроса, тип конкуренции). *Поведенческие барьеры* связаны с действиями субъектов рынка. К ним относятся соглашения и согласованное поведение, вертикальная и горизонтальная интеграция, злоупотребление доминирующим положением, недобросовестная конкуренция, криминальное воздействие на рынок.

Важное значение имеют такие виды барьеров, как происходящее в связи с глобализацией экономических отношений расширение географических границ рынка до мировых и возрастание конкуренции, особенно в условиях ограниченного спроса. Повышение транспортных издержек, особенно в моменты обострения ситуации на рынке транспортных услуг (рост тарифов, увеличение цены на топливо), ведет к сужению географических границ рынка, что также является барьером входа на рынок.

С точки зрения последствий для развития предпринимательства и состояния конкуренции на рынках наиболее значимы административные барьеры. Они основаны на различных действиях органов государственной власти всех уровней по регулированию экономики, включая налоговую, тарифно-таможенную политику, лицензирование отдельных видов деятельности, государственную помощь субъектам рынка, распределение бюджетных средств на закупки для государственных нужд.

Рассмотрим *структурные барьеры* и способы их выявления подробнее.

Экономические и организационные ограничения. При их выявлении анализируется значимость для входа на рынок следующих экономических факторов:

- государственная политика в области инвестиций, кредитов, налогов, цен, тарифного и нетарифного регулирования внешнеэкономической деятельности и последствия этой политики для конкретных товарных рынков;

- среднеотраслевая норма прибыли;
- сроки окупаемости капитальных вложений;
- неплатежи;

- наличие (отсутствие) эффективной поддержки предпринимательства: доступность финансово-кредитных ресурсов для субъектов предпринимательства, низкий (высокий) уровень арендной платы за производственные и офисные помещения.

Барьеры, связанные с эффектом масштаба. Если минимально эффективный масштаб деятельности на данном товарном рынке высок (например, предприятие, рассчитанное на выпуск ста грузовых автомобилей в год, неэффективно, в то время как производство десятков тысяч машин экономически оправданно), то входящие на рынок потенциальные конкуренты в период достижения этого уровня могут иметь значительно большие затраты, чем уже действующие на товарном рынке хозяйствующие субъекты, а следовательно, быть менее конкурентоспособными. Сроки и затраты, необходимые для преодоления этого барьера, оцениваются путем опроса действующих продавцов и потенциальных конкурентов, а также отраслевых специалистов.

Неразвитость рыночной инфраструктуры. Выявляется наличие (отсутствие) необходимых средств коммуникации (транспорта, связи), служб по оказанию информационных, консалтинговых, лизинговых услуг и т. п. Особенно важно определить условия транспортной доступности данного рынка для потенциальных конкурентов. Целесообразность дополнительных транспортных издержек для входа на рынок соотносится со стоимостью конкретного товара, а дальность перевозок – с качественными и техническими характеристиками товара, позволяющими (не позволяющими) эту транспортировку осуществлять.

Барьеры, основанные на абсолютном превосходстве в уровне затрат. Эти барьеры возникают в том случае, если затраты на единицу продукции уже действующих продавцов ниже, чем у вновь входящих на рынок хозяйствующих субъектов. Различия в уровнях затрат могут быть обусловлены: 1) неравенством стартовых условий функционирования на рынке, прежде всего имущественным и ценовым; 2) ограниченным доступом новых продавцов к дешевым и более удобным сырьевым источникам; 3) технологическим превосходством уже действующих продавцов на товарных рынках; 4) объемами первоначальных инвестиций, необходимых для входа на товарный рынок.

Экологические ограничения. Выявляются факты запрещения службами экологической безопасности, природоохранными учреждениями, общественными организациями и движениями расширения масштабов деятельности на данном товарном рынке, строительства новых производственных и складских объектов, транспортных коммуникаций и т. п.

Ограничения по спросу. Высокий уровень удовлетворения спроса, отражающий как высокую насыщенность рынка товарами, так и низ-

кую платежеспособность покупателей, – серьезное препятствие для освоения рынка потенциальными конкурентами. В качестве информации следует использовать данные опроса основных покупателей изучаемого товара. Вместе с тем при рассмотрении данного вида барьеров целесообразно учитывать эластичность спроса в зависимости от изменения (снижения) цен, которое должно происходить при входе на рынок новых субъектов. Если рынок становится более конкурентным, то должны снижаться цены и соответственно увеличиваться спрос.

Барьеры капитальных затрат, или объемов первоначальных инвестиций, необходимых для входа на товарный рынок. Значительный капитал, необходимый для начала деятельности хозяйствующего субъекта на рынке, может служить одним из барьеров входа на рынок. Для анализа ситуации экспертным путем оцениваются капитальные затраты, связанные с освоением выпуска изучаемого товара потенциальными конкурентами (стоимость нового строительства или реконструкции и технического перевооружения действующих мощностей, которые можно приспособить под выпуск данного товара, и возможность покрытия этих затрат в течение определенного времени). Источниками соответствующей информации могут быть данные опроса действующих продавцов и потенциальных конкурентов, отраслевых специалистов и т. п.

Рассмотрим группу *поведенческих барьеров*.

Административные ограничения. Для продавцов на данном товарном рынке выявляется наличие (отсутствие) ограничений деятельности, создаваемых органами власти и управления всех уровней. К их числу относятся лицензирование отдельных видов деятельности, квотирование, решения органов власти по ограничению ввоза (вывоза) товаров на территорию (с территории), препятствия в отведении земельных участков, предоставлении производственных и офисных помещений и т. п.

Стратегия поведения действующих на рынке хозяйствующих субъектов. Анализируются ценовая и сбытовая стратегии ведущих продавцов, политика их как держателей патентов, лицензий, товарных знаков и т. п. Наиболее крупные из действующих на товарном рынке хозяйствующих субъектов имеют прочные хозяйственные связи с продавцами материально-технических ресурсов и покупателями выпускаемых товаров, что дает им преимущества перед потенциальными конкурентами, входящими на товарный рынок. Крупные размеры хо-

зяйственного оборота, определяющие соответствующую массу прибыли, позволяют им создавать резервные мощности, использовать льготный режим расчета с продавцами, оттесняя тем самым конкурентов. Крупным субъектам более доступны неценовые методы конкуренции.

При анализе данного вида барьеров следует выделить существование (или отсутствие) у потенциального конкурента долгосрочных контрактов на поставку продукции с уже действующими субъектами рынка, выполнение им поставок для государственных нужд и пр.

Влияние вертикального объединения действующих на рынке субъектов. Выявляется степень использования продавцами, объединенными в вертикальные структуры, всех преимуществ внутрикорпоративных связей и воздействие этих отношений на конкурентов, не входящих в вертикальные структуры.

Если из-за вертикального объединения новый участник не может получить необходимые входные ресурсы или рекламировать свой продукт без одновременного вступления на выше- или нижестоящий рынок и если такое дополнительное вступление представляется для него трудным, то препятствия для проникновения на рынок увеличиваются.

Барьеры входа также подразделяются на нестратегические и стратегические. *Нестратегические барьеры* имеют объективный характер, действуют в отрасли независимо от функционирующих предприятий. *Стратегические барьеры* обусловлены деятельностью продавцов и (или) покупателей на рынке.

В целом классификацию барьеров входа можно представить следующим образом:

I. Нестратегические (объективные):

1) структурные:

- абсолютное преимущество в издержках;
- экономия от масштаба;
- высокий уровень капитальных затрат, необходимых для эффективного входа на рынок;
- дифференциация продукта;

2) конъюнктурные:

- насыщенность рынка товарами;
- низкая платежеспособность покупателей (барьер спроса);
- сужение географических границ рынка;
- расширение международных границ.

II. Стратегические (субъективные):

1) ценовые;

2) неценовые:

- дополнительные инвестиции в оборудование;
- дифференциация товара.

Классификация барьеров входа на товарный рынок может быть шире или уже приведенной выше в зависимости от отраслевых и региональных особенностей.

Разработка концепции барьеров входа на отраслевые рынки пока не завершена. С развитием рынков и появлением новых форм конкуренции обнаруживаются и новые виды барьеров.

Рассмотрим более подробно барьеры, наиболее значимые на современных рынках. Прежде всего это *нестратегические (объективные) барьеры*. Среди них наиболее важны *барьеры структурного характера*: абсолютное преимущество в издержках, экономия от масштаба, высокий уровень капитальных затрат.

Абсолютное преимущество в издержках означает, что при любом выпуске затраты уже действующего на рынке предприятия меньше затрат предприятия, входящего на рынок. Абсолютные преимущества в издержках создаются за счет того, что старые предприятия имеют доступ к более дешевым или более качественным источникам ресурсов либо используют свои прошлые инновации. Преимущества также связаны с самим процессом функционирования старых предприятий в отрасли: накоплением опыта экономии издержек и оптимальным распределением ресурсов. Иными словами, абсолютные преимущества уже действующих в отрасли предприятий обусловлены тем, что затраты на единицу продукции у них ниже, чем у вновь входящих на рынок хозяйствующих субъектов, вследствие неравенства стартовых условий функционирования на рынке, ограниченного доступа новых производителей к относительно более дешевым и удобным сырьевым источникам, технологического превосходства, доступности для них заемного капитала при более низких процентах ставок и льготных условиях кредитования, осуществленных ими ранее затрат на рекламу своей продукции и развитие сбытовой сети.

Относительные преимущества в издержках, или *экономия от масштаба производства*, возникают за счет производства функционирующими в отрасли предприятиями большего объема товаров, чем мо-

жет освоить потенциальный конкурент. Относительные преимущества в издержках являются следствием возрастающей отдачи от масштаба производственной функции, обуславливающей опережающий рост выпуска продукции по сравнению с масштабом использования ресурсов.

Источниками экономии от масштаба производства могут служить такие факторы, как наличие постоянных издержек, размер которых на единицу продукции убывает по мере роста выпуска; использование преимуществ разделения труда и специализации; увеличение размеров производственной единицы, если размер предприятия возрастает в меньшей степени, чем объем выпуска; использование унифицированных, стандартизированных массовых изделий в качестве факторов производства.

Экономия от масштаба производства определяет минимально эффективный объем выпуска в рамках предприятия. Наряду с этим на современных рынках возрастают затраты на реализацию продукции, что повышает роль экономии от масштаба сбыта. Кроме того, весьма важны внутрипроизводственное разделение труда и соответствующая экономия от масштаба производства, что приводит к увеличению размеров предприятий и числа дочерних и зависимых обществ.

Совокупная экономия от масштаба предприятия обуславливает, в свою очередь, минимально допустимые требования к размеру капитала потенциального конкурента. Чем они выше, тем больше финансовых ресурсов требуется потенциальному конкуренту для финансирования входа в отрасль.

Если минимально эффективный размер предприятия на данном товарном рынке высок, то вновь входящие на рынок производители в период наращивания объемов производства от момента совершения первоначальных инвестиций до достижения оптимальных для данного рынка объемных и качественных показателей могут иметь существенно более высокие средние затраты, а следовательно, быть менее конкурентоспособными.

Значительный эффект масштаба повышает риск входа на рынок для потенциального конкурента, а значит, будет препятствовать входу новых предприятий в отрасль.

Объемы первоначальных капитальных затрат (инвестиций) определяют саму возможность (или невозможность) организации нового производства в отрасли. Среди капитальных затрат следует вы-

делить затраты на освоение выпуска данного товара потенциальными поставщиками, стоимость нового строительства или реконструкции и технического перевооружения действующих мощностей, расходы на НИОКР, подготовку и наем персонала, организацию сбытовой сети, а также длительность освоения производства. Капитальные затраты определяют оптимальный экономический размер предприятия, т. е. величину и структуру производственных активов, необходимых для эффективного производства данного товара при существующем уровне техники, технологии и организации производства. На капитальные затраты влияют такие факторы, как степень развитости, организованности и открытости рынков труда, инвестиционных товаров, технологий. Высокая процентная ставка за кредит, невозможность пользоваться цивилизованными формами коммерческого кредитования, неразвитость рынка ценных бумаг и их низкая конкурентоспособность в условиях высокой доходности операций с государственными ценными бумагами составляют существенные барьеры для входа новых предприятий на российские товарные рынки.

Дифференциация продукта (продуктовое разнообразие) может служить барьером для входа новых предприятий в отрасль, когда потребители привыкают к определенному образу товара и (или) предприятия, определенному товарному знаку (знаку обслуживания), так что потенциальному конкуренту приходится тратить дополнительные средства на преодоление стереотипов потребительского поведения. Дифференциация продукта выступает одновременно и объективным, и стратегическим барьером, поскольку предприятия на насыщенных рынках активно стремятся к ее увеличению.

Среди конъюнктурных барьеров выделяют высокую насыщенность рынка товарами и низкую платежеспособность покупателей, которые серьезно препятствуют освоению рынка потенциальными конкурентами и делают данный товарный рынок малопризывательным для новых агентов из-за низкого уровня прибыльности, высокого уровня конкуренции и инвестиционного риска. При заданной емкости рынка, обусловленной спросовыми ограничениями, открытость рынка для иностранных конкурентов создает дополнительный барьер входа для национальных производителей. С такой ситуацией столкнулись производители на продовольственном рынке России.

Стратегические (субъективные) барьеры создаются в результате сознательной деятельности самих предприятий, стратегического поведения, препятствующего проникновению новых предприятий в данную отрасль. К ним можно отнести такие неценовые мероприятия предприятий, как сберегающие инновации, долгосрочные контракты с поставщиками ресурсов, получение лицензий и патентов на данный вид деятельности, сохранение незагруженных мощностей, а также все способы повышения минимально эффективного объема выпуска в отрасли: увеличение издержек на рекламу и НИОКР, маркетинговые исследования, издержки по созданию имиджа предприятия.

Стратегические барьеры могут также проявляться в ценовой и сбытовой политике, особенностях деятельности производителей в качестве держателей патентов, лицензий, товарных знаков. Наличие прочных деловых связей и неформальных отношений с поставщиками ресурсов и покупателями товара также играет роль стратегического барьера. Крупные размеры хозяйственного оборота и отлаженный производственный процесс позволяют создавать резервные мощности, которые могут быть использованы для ценовой конкуренции и быстрой экспансии в незанятые сегменты рынка, а также оттеснять конкурентов с помощью разнообразных соглашений и льготных режимов расчета с поставщиками и потребителями.

Важным барьером является *ценовая политика* предприятия, действующего на рынке. Потенциальному конкуренту важно знать, какая установится в отрасли цена после того, как он войдет на рынок. Чем больше объем выпуска потенциального конкурента, тем ниже должна быть цена, чтобы это дополнительное предложение товара нашло сбыт. Но, чем ниже цена после входа, тем больше потребуется времени на возмещение издержек проникновения в отрасль, тем рискованнее становится вход. Кроме того, предприятия, уже действующие в отрасли, зная совокупный спрос и совокупное предложение, могут назначить такую цену, которая предотвратит нежелательное появление на рынке новых конкурентов.

Ценовая политика ограничения входа новых предприятий на рынок зависит от превышения ценой уровня издержек при минимально эффективном размере (МЭР) предприятия, что определяется отношением МЭР к размеру рынка и эластичностью спроса по цене.

Чем больше МЭР по отношению к размеру рынка и чем меньше эластичность спроса, тем больше возможности для отклонения цены от уровня издержек и для проведения политики ценообразования, ограничивающей вход на рынок. Последствия такого вида ценообразования для старых предприятий заключаются в том, что подобная цена, как правило, ниже уровня, максимизирующего краткосрочную прибыль. Тем самым предприятие, проводя политику ценообразования, ограничивающую вход на рынок, сталкивается с проблемой выбора между максимальной краткосрочной прибылью и угрозой входа (максимальной долгосрочной прибылью).

Подобная ценовая политика неэффективна в условиях быстро растущего спроса и в отраслях с высокой скоростью технологических инноваций, поскольку быстро меняющаяся окружающая среда не дает старым предприятиям возможности адекватно оценить уровень цены, способной предотвратить вход на рынок. Кроме того, проникновение в такие отрасли часто преследует цель роста предприятия, а не прибыли как таковой, что делает цену менее значимым параметром экономической деятельности предприятия.

Неценовые стратегии предотвращения входа новых предприятий на рынок предусматривают необратимые вложения потенциальных конкурентов, уровень которых может препятствовать проникновению новых предприятий в отрасль. Выделяются два основных вида неценовых барьеров: дополнительные инвестиции в оборудование и дифференциация товара.

Д и ф ф е р е н ц и а ц и я т о в а р а, или продуктивное разнообразие, как уже было отмечено, выступает одновременно и стратегическим, и нестратегическим барьером. На рынках дифференцированной продукции предприятия активно стремятся к дальнейшему увеличению продуктового разнообразия, т. е. к созданию дополнительных отличий своей продукции. Это делается различными способами, среди которых основную роль играют реклама, упаковка и продвижение товара. Разнообразный послепродажный сервис, т. е. пакет услуг, прилагаемый к товару, также является в некотором смысле разновидностью дифференциации, поскольку направлен на выделение продукции данного предприятия из числа аналогичных товаров.

И н в е с т и ц и и в о б о р у д о в а н и е можно трактовать как относительно необратимые издержки предприятия: оно вынуждено

их оплачивать, даже если продукт не выпускается или не реализуется. Если старое предприятие обладает избыточными производственными мощностями по сравнению со спросом, потенциальному конкуренту будет трудно проникнуть на рынок, поскольку оно при первой же угрозе входа может увеличить выпуск до запретительного уровня и новое предприятие понесет необратимые издержки. Размер необратимых издержек служит барьером для выхода предприятия из отрасли: покидая рынок, оно теряет эти издержки. Чем выше необратимые издержки, тем больше ожидаемые потенциальные потери в случае вынужденного ухода предприятия из отрасли, тем менее охотно предприятие входит в отрасль. Барьеры выхода создают одновременно барьеры входа.

Структурная концепция применима для анализа рынков различных типов с точки зрения географических и продуктовых границ. Это могут быть узкоотраслевые рынки и целые секторы экономики, общенациональные и локальные рынки. В зависимости от масштаба рынка могут меняться и исследуемые параметры, однако общая схема и логика анализа остаются постоянными.

5.9. Оценка состояния конкуренции на товарном рынке

Оценка состояния конкуренции на товарном рынке включает:

1) определение вида рассматриваемого товарного рынка (рынок с развитой конкуренцией, рынок с недостаточно развитой конкуренцией, рынок с неразвитой конкуренцией);

2) оценку перспективы изменения конкуренции на рассматриваемом товарном рынке.

Обоснование вида товарного рынка дается на основании показателей уровня концентрации товарного рынка, наличия и преодолимости барьеров входа на него.

В случае, если указанных характеристик недостаточно для заключения о том, к какому виду рынка относится рассматриваемый товарный рынок, анализируется поведение хозяйствующих субъектов на товарном рынке, а также учитывается наличие факторов, способствующих ограничению конкуренции.

Анализ поведения хозяйствующих субъектов на товарном рынке включает в том числе:

- изучение инновационной деятельности и маркетинговой стратегии продавцов;

- установление фактов предоставления продавцами льгот отдельным приобретателям (группам приобретателей);
- выявление соглашений хозяйствующих субъектов, действующих на товарном рынке;
- выявление имеющихся в распоряжении покупателя источников информации о товаре, оценку достоверности и актуальности доступной ему информации, а также расходов, связанных с ее получением.

При анализе *результатов хозяйственной деятельности* могут рассматриваться:

- соотношение размера прибыли и издержек привлечения капитала для хозяйствующих субъектов, имеющих на рассматриваемом товарном рынке долю более 35%;
- динамика цен на рассматриваемом товарном рынке;
- динамика объема рассматриваемого товарного рынка и спроса (в том числе наличие спроса, не обеспеченного товарной массой, и возможности расширения спроса);
- открытость рассматриваемого товарного рынка для межрегиональной и международной торговли;
- частота появления новых продавцов на рассматриваемом товарном рынке;
- уровень технического развития хозяйствующих субъектов, действующих на рассматриваемом товарном рынке, и частота появления новых товаров.

К *факторам, способствующим ограничению конкуренции* на рассматриваемом товарном рынке, могут относиться:

- наличие барьеров для распространения информации о товарах-заменителях;
- значительная доля вертикально интегрированных хозяйствующих субъектов;
- снижение в течение временного интервала исследования доли хозяйствующих субъектов, не являющихся вертикально интегрированными;
- доминирующее положение вертикально интегрированных хозяйствующих субъектов, действующих на рассматриваемом товарном рынке, на одном из смежных товарных рынков, на которых обращаются товары, используемые в производстве данного товара, или на

которые данный товар последовательно поступает в процессе своего физического перемещения от производителя к потребителю;

- высокий уровень концентрации предшествующих (вышестоящих) смежных товарных рынков, на которых хозяйствующий субъект, действующий на рассматриваемом товарном рынке (последующем или нижестоящем) в качестве продавца, выступает или готов выступить в качестве приобретателя.

Анализ состояния конкуренции на товарном рынке, на котором действуют хозяйствующие субъекты (в том числе группы лиц), чья деятельность охватывает ряд последовательных стадий процесса производства (обработки, переработки) и обращения, продукция каждой из которых может рассматриваться в качестве товара на соответствующем товарном рынке (далее – вертикально интегрированные хозяйствующие субъекты), осуществляется с учетом следующих особенностей:

- произведенная на отдельных стадиях производства продукция (работы, услуги) вертикально интегрированных хозяйствующих субъектов, которую они могут без значительных дополнительных издержек (не превышающих 10 % от затрат на производство продукции) выпустить в обращение в качестве товара на соответствующем товарном рынке, признается товаром, обращающимся на товарном рынке;

- вертикально интегрированный хозяйствующий субъект включается в число фактических или потенциальных продавцов на рассматриваемом товарном рынке, если произведенная им на отдельных стадиях производства продукция признается товаром, обращающимся на рассматриваемом рынке;

- в случае, если вертикально интегрированные хозяйствующие субъекты включаются в число фактических или потенциальных продавцов на рассматриваемом товарном рынке, в расчет объема рассматриваемого товарного рынка включается объем производства вертикально интегрированными хозяйствующими субъектами соответствующей продукции (работ, услуг), а при расчете долей хозяйствующих субъектов на рынке и при определении уровня концентрации товарного рынка учитываются данные об объеме производства вертикально интегрированными хозяйствующими субъектами указанной продукции.

При анализе состояния конкуренции на товарном рынке в случае предполагаемой возможности покупателя товара устранять, ограничивать или не допускать конкуренцию, учитываются следующие особенности:

- при определении временного интервала исследования товарного рынка, его продуктовых и географических границ выявляется наличие у продавца (продавцов) экономической и технической возможности продать рассматриваемый товар;

- при определении состава хозяйствующих субъектов, действующих на товарном рынке, расчете объема рынка и долей хозяйствующих субъектов на нем, определении уровня концентрации товарного рынка выявляются приобретатели товара, для которых рассчитываются соответствующие показатели;

- при определении барьеров входа на товарный рынок и оценке состояния конкуренции на нем анализируются возможности потенциальных покупателей приобрести товар на рассматриваемом рынке.

Вопросы и задания для самоконтроля

1. Раскройте логику и последовательность этапов анализа структуры товарного рынка.
2. Дайте определение товара как продукта деятельности.
3. Дайте определение продуктовых границ товарного рынка.
4. Какие факторы влияют на изменение географических границ товарного рынка?
5. Дайте определение доминирующего положения хозяйствующего субъекта на товарном рынке.
6. Охарактеризуйте показатели концентрации товарного рынка.
7. Поясните, как рассчитываются объем товарного рынка и доли хозяйствующих субъектов на рынке.
8. Опишите структурные барьеры входа на товарный рынок.
9. Что такое стратегические барьеры входа на товарный рынок?
10. Что необходимо учитывать при определении состава хозяйствующих субъектов, действующих на товарном рынке?

Глава 6. ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ОТРАСЛЕВОЙ СТРУКТУРЫ ЭКОНОМИКИ

6.1. Промышленная политика как фактор развития отраслевой структуры экономики

Промышленная политика (англ. *industrial policy*) представляет собой систему отношений между органами государственной власти, местного самоуправления, бизнесом и обществом по поводу формирования структурно сбалансированной конкурентоспособной экономики и высокотехнологичного интеллектуального ядра промышленного производства.

Наличие в современной экономике дефектов рыночного регулирования, связанных с неспособностью рыночных структур удовлетворять многие потенциальные общественные потребности, циклическим характером экономического развития, усилением социально-экономической дифференциации, ростом рыночной концентрации, отсутствием заинтересованности участников рынка в финансировании фундаментальных исследований, поддержке научно-технической сферы, обуславливает необходимость государственного вмешательства в части осуществления мер стимулирования инвестиционного спроса, координации функционирования финансово-кредитного сектора, таможенно-тарифного регулирования для поддержки национальных предприятий, содействия формированию инновационных отраслей, определяющих приоритет технологического развития страны.

Промышленная политика тесно связана с другими направлениями государственного воздействия на экономику, в том числе с макроэкономической, внешнеэкономической, региональной, экологической, социальной политикой. При этом на разных этапах функционирования и развития экономики промышленная политика обладает специфическими целями и инструментами реализации.

В условиях циклически развивающейся экономики на этапе *выхода из структурного кризиса* промышленная политика содействует формированию нового типа отраслевой структуры индустриального сектора с преобладанием производств технологического уклада более высокого уровня, на этапе *экономического роста* – развитию и укреп-

лению формируемого комплекса, на этапе *стабилизации* направлена на реализацию сложившегося производственного, научно-технического и инновационного потенциала.

Таким образом, в зависимости от этапа развития экономики промышленная политика обеспечивает либо поддержку сложившейся структуры промышленности, либо формирование отраслевой структуры нового типа.

Модели промышленной политики. По степени и характеру воздействия государства на хозяйственный комплекс в экономической теории принято выделять две альтернативные модели промышленной политики:

1) дирижистскую модель – «жесткую», или вертикальную, модель промышленной политики;

2) либеральную модель – «мягкую», или горизонтальную, модель промышленной политики.

Под *«жесткой» политикой* обычно понимается курс, целью которого является *создание и развитие приоритетных отраслей экономики*. Государственные органы формируют долгосрочную стратегию роста с опорой на бюджетное субсидирование и кредитование предприятий приоритетных отраслей, механизмы косвенного субсидирования компаний, протекционизм во внешней торговле. Взаимосвязанность субъектов хозяйственного комплекса обеспечивает цепное развитие сопряженных отраслей на основе использования достижений отраслей-лидеров и формирование экономики нового типа.

В отличие от «жесткой» модели промышленной политики, подразумевающей непосредственное активное вмешательство государства в экономику в качестве действующего субъекта, государственного предпринимателя и инвестора, *либеральная политика* направлена на *создание условий для роста конкурентоспособности и поддержку инвестиционных проектов*, позволяющих повышать уровень эффективности национальных компаний. Горизонтальная модель ориентирована на *формирование общих для всех отраслей возможностей развития производства*. Проблемы отраслевых пропорций, перелива капитала (межсекторального, межрегионального) и многие другие должны решаться на стыке спроса и предложения в процедурах саморегуляции рынка, поэтому отрицается необходимость назначения приоритетов развития и выделения ведущих производств.

По мнению сторонников данной модели, установление приоритетов промышленного развития может привести к консервации формирующихся пропорций. Это обуславливает предпочтительность стратегии постоянной корректировки отраслевой структуры на основе действия рыночных сил.

Однако несовершенство рыночного механизма в условиях сложившейся конъюнктуры и ограниченности ресурсов, проявляющееся, например, в избыточной капитализации сырьевого сектора в ущерб обрабатывающим отраслям, в долгосрочной перспективе может привести к возникновению значительных диспропорций социально-экономического развития, отставанию в инновационной, технологической и иных сферах экономики.

На сегодняшний день промышленная политика реализуется в большинстве развитых стран мира (Франция, Германия, США и т. д.). Государственные органы осуществляют комплексные мероприятия, направленные на приведение структуры промышленности в соответствие с вызовами глобальной экономики, повышение конкурентоспособности национального промышленного комплекса, совершенствование индустриальной инфраструктуры, формирование новых секторов промышленности и т. д.

Методы промышленной политики. В качестве инструментов проведения промышленной политики выделяют прямые и косвенные методы регулирования экономики.

Прямые методы промышленной политики связаны с распределением или перераспределением ресурсов для ведения производства, осуществляемым непосредственно государством с целью стимулирования или дестимулирования тех или иных направлений деятельности. К числу прямых методов относятся субсидирование отраслей, предприятий или регионов, прямые государственные инвестиции, создание государственных предприятий, субсидирование процентных ставок и т. д.

Косвенные методы, включающие элементы кредитно-денежной и налогово-бюджетной политики, направлены на создание условий для функционирования всех субъектов экономики. Они призваны изменить ожидания производителей, и в первую очередь оценку ими рисков, связанных с теми или иными видами производственной деятельности. При помощи этих инструментов государство стремится трансформировать соотношение спроса и предложения в желаемом направлении.

К косвенным методам промышленной политики относятся:

- принятие нормативно-правовых актов, регулирующих деятельность отраслей либо промышленности в целом, но не предусматривающих прямой поддержки конкретных отраслей (техническое регулирование, поддержка экспортеров, стимулирование инновационной деятельности и т. д.);
- таможенно-тарифное регулирование в поддержку экспортной деятельности национальных предприятий;
- создание условий для развития финансовой инфраструктуры производственной и особенно инновационной деятельности (регулирование учетной ставки и т. д.);
- снятие ограничений на производственную деятельность и уменьшение ее институциональных издержек (снижение административных барьеров, создание территорий с налоговыми и иными преференциями ведения производства – технопарков, зон свободной торговли);
- реализация совместных проектов с негосударственными хозяйствующими субъектами (строительство инфраструктурных объектов и т. д.);
- политика государственных закупок и др.

Международный опыт показывает, что в современной быстро меняющейся постиндустриальной экономической среде традиционные средства прямой финансовой поддержки отдельных отраслей и производственных комплексов оказываются весьма затратными и неэффективными. Основными средствами осуществления поставленных целей современной промышленной политики являются косвенные методы (табл. 11).

Однако в целях обеспечения национальной и экономической безопасности, сохранения и развития диверсифицированной производственной системы, обеспечения стабильного функционирования социальной сферы, стимулирования деятельности предприятий государственного сектора экономики органы государственной власти используют инструменты прямого воздействия, выделяя бюджетные средства на поддержание конкретных отраслей промышленности и реализацию крупных инвестиционных проектов.

Так, во многих развитых странах (Германия, Великобритания и др.) разработка угольных месторождений и добыча угля являются экономически невыгодными в связи с низкой рентабельностью производства, доступностью иных видов энергетических ресурсов. Тем не менее правительства осуществляют субсидирование угольной промышленности для сохранения в промышленном комплексе одной из

стратегически значимых отраслей, недопущения социальной напряженности в связи с сокращением числа работников, занятых в этом виде экономической деятельности.

Таблица 11

Особенности промышленной политики в развитых странах

Страна	Цели промышленной политики	Инструменты промышленной политики
Франция	Переход от политики регулирования промышленной структуры к интеграции национальной промышленности в рыночную среду ЕС	Снижение значения прямых инструментов промышленной политики. Расширение косвенных инструментов – налоговой, денежно-кредитной, бюджетной политики – для совершенствования инфраструктуры промышленности. Инструменты содействия экспорту – торговые миссии, государственное страхование внешнеторговых операций и льготное кредитование экспортеров
Германия	Повышение конкурентоспособности промышленности в целом, особенно наукоемкого сектора. Денационализация инфраструктурных отраслей экономики	Налоговая и бюджетная политика для воздействия на региональную инвестиционную политику (земельные налоговые поступления, отчисления из федерального бюджета). Инвестиции в наукоемкий сектор. Субсидирование стратегически важных отраслей
Великобритания	Дальнейшая перестройка структуры промышленности, модернизация, либерализация и рост конкурентоспособности. Сдерживание доступа конкурентов на внутренние рынки	Макроэкономическое регулирование роста промышленности (денежно-кредитная, налоговая политика). Поощрение наукоемкого сектора через инновационную и инвестиционную политику. Таможенная политика как инструмент защиты уязвимых национальных производств
США	Официально не формулируются. Неофициально – рост конкурентоспособности промышленности, защита внутреннего рынка и экспансия на внешние рынки промышленных товаров	Косвенные методы (налоговая, денежно-кредитная, экспортная политика). Собственно промышленно-политические инструменты – главным образом инновационная, инвестиционная и структурная политика

Типы промышленной политики. Превалирование тех или иных наборов инструментов в комплексе мероприятий, направленных на развитие национальной экономики, новейших технологий и продуктов с высокой степенью обработки, а также принципиальная особенность современной промышленной политики, связанная с ее ориентацией на формирование инноваций как важнейшего фактора экономического роста, определяют тип проводимой государством промышленной политики.

В настоящее время в мире сложились следующие основные типы промышленной политики:

- экспортоориентированная промышленная политика;
- политика импортозамещения;
- инновационная промышленная политика.

Суть *экспортоориентированной промышленной политики* состоит во всемерном поощрении производств, ориентированных на экспорт своей продукции. Основные поощрительные меры направлены на развитие и поддержку конкурентоспособных экспортных отраслей с целью захвата как можно большей доли мирового рынка. Реализация данного типа промышленной политики осуществляется через налоговые и таможенные льготы, кредитование предприятий-экспортеров, поддержку низкого валютного курса и создание иных благоприятных условий для функционирования экспортоориентированных отраслей.

Важными преимуществами этого вида промышленной политики являются включение страны в мировое хозяйство и доступ к мировым ресурсам и технологиям; развитие сильных конкурентных отраслей экономики, которые обеспечивают мультипликативный эффект развития остальных отраслей и выступают основным поставщиком денежных средств в бюджет; привлечение валютных средств в страну и их инвестирование в развитие производства и сферы услуг национальной экономики.

Примерами стран, успешно проводящих экспортоориентированную промышленную политику, могут служить Япония, Южная Корея, Чили, «азиатские тигры» (Малайзия, Таиланд, Сингапур), Китай.

Негативные факторы при реализации политики данного типа связаны в основном с сырьевым экспортом, поскольку чрезмерное его присутствие в структуре экспортируемой продукции грозит привести к примитивизации структуры национальной промышленности, росту

коррупции в органах власти, оттоку кадров и финансовых ресурсов из обрабатывающей промышленности страны (как это происходит, например, в Венесуэле, России). В долгосрочном плане это может вызвать ослабление конкурентоспособности обрабатывающей промышленности, замедление темпов экономического роста и снижение уровня накапливаемых знаний, поскольку наиболее интенсивно процесс накопления знаний, рост человеческого капитала происходят именно в обрабатывающем секторе. Эта ситуация в современной экономической теории получила название «голландской болезни».

Стагнация же в обрабатывающей промышленности способна привести к ее отставанию от уровня мирового технологического развития и необходимости импортировать новую технику, что практически обнуляет эффект, полученный от сырьевого экспорта, поскольку ставит экономическое развитие страны в зависимость от иностранных производителей.

Кроме того, существуют негативные моменты и при ориентации страны на экспорт даже промышленного оборудования высокого передела, если в его производстве высока доля импортных комплектующих, что ведет к привязке цены экспортируемых машин и станков к стоимости их импортных деталей, а также к возможности внешнеэкономического влияния страны-импортера на промышленные предприятия, отрасль и экономику страны в целом (такая ситуация сложилась, например, в Мексике).

Промышленная политика импортозамещения представляет собой стратегию обеспечения внутреннего рынка на основе развития национального производства за счет проведения протекционистской политики и поддержания твердого курса национальной валюты (тем самым предотвращается инфляция).

Импортозамещающая промышленная политика способствует улучшению структуры платежного баланса, нормализации внутреннего спроса, обеспечению занятости, развитию машиностроительного производства, научного потенциала.

Негативными сторонами импортозамещающей модели промышленной политики являются самоизоляция от новых тенденций в мировой экономике; возможность технологического, а следовательно, конкурентного отставания от развитых стран; опасность создания тепличных условий для национальных производителей, что приведет к неэф-

фективному управлению и использованию ресурсов; необходимость, независимо от международного разделения труда, полностью выстраивать производственные цепочки, которые могут быть более капиталоемкими, чем уже существующие в других странах.

В основе *инновационной промышленной политики* лежит процесс экономического развития страны на внутреннем и внешнем рынках, опирающийся на новейшие тенденции технологического и общественного развития с использованием высокотехнологичного и капиталоемкого производства.

Инновационная модель способствует поддержанию научно-технического потенциала государства, а следовательно, его конкурентоспособности на международной арене; стимулирует развитие образовательных институтов и обеспечивает экономику квалифицированными кадрами; способствует созданию рабочих мест внутри страны и обеспечивает внутренний спрос; поддерживает стабильный и высокий курс национальной валюты и благосостояние населения; ориентирует на развитие машинообрабатывающего комплекса, станко- и приборостроения с высокой добавленной стоимостью производимой продукции.

Этапы промышленной политики в России. В период с 30-х гг. XX в. по настоящее время в России были реализованы разные модели промышленной политики. «Жесткая» промышленная политика, основанная на государственном планировании и директивном управлении, наиболее ярко проявилась в нашей стране в период существования СССР. Командно-административная система, сложившаяся в то время, позволила осуществить форсированный переход к индустриальному типу хозяйствования, мобилизовать средства для ускоренного развития машиностроения и оборонно-промышленного комплекса.

С начала 90-х гг. XX в. в России реализуются рыночные преобразования. Применяя опыт развитых стран, Правительство РФ взяло на вооружение либеральную модель промышленной политики, сделав ставку на эффективность и саморегулируемость рыночных механизмов (табл. 12).

В начале реформ концепция экономической политики базировалась на представлении о том, что общие экономические реформы институциональной среды, создание рыночных механизмов позволят решить проблемы отраслей и предприятий без вмешательства государства. Однако либерализация процесса ценообразования при сло-

жении государством с себя многих контрольных функций, присущих командной экономике, и при еще не развитых рыночных механизмах в полной мере выявила все структурные перекосы советского хозяйства, вылившиеся в высокую инфляцию, бюджетный дефицит, обнищание населения и стагнацию производства.

Таблица 12

Этапы промышленной политики в России

Период	Содержание промышленной политики	Итоги реализации
1989–1991 гг.	Отсутствие промышленной политики, ибо рынок рассматривается как панацея от всех бед	Деградация технологической и отраслевой структур производства
1992–1993 гг.	Селективная поддержка приоритетных отраслей	Отсутствие положительной динамики развития наукоемких отраслей. Поиск ренты за счет особых отношений бизнеса с государством
1994–1998 гг.	Поддержка коммерчески эффективных проектов	Отсутствие положительных структурных сдвигов. Отсутствие технологического прогресса
1999–2000 гг.	Лучшая промышленная политика – отсутствие промышленной политики	Консервация сложившейся структуры промышленности
2001–2005 гг.	«Мягкая» (горизонтальная) промышленная политика, реализующая универсальные методы поддержки в рамках либеральной модели экономического развития	Некоторое улучшение условий развития низкотехнологичных производств. Сохранение потенциала развития высокотехнологичных производств
2006 г. – по настоящее время	Дополнение «мягкой» промышленной политики селективными мерами господдержки приоритетных видов деятельности в условиях дирижистской модели. Начало перехода к инновационной промышленной политике	Повышение инновационного потенциала. Акцент на развитии высокотехнологичных производств. Реализация национальных проектов

В период трансформационной экономики государственное воздействие на развитие промышленности характеризовалось попытками стимулирования внутреннего спроса, обеспечения предприятий дешевым оборотным капиталом для увеличения загрузки имеющихся мощностей, развития импортозамещения за счет протекционистской внешнеэкономической политики, ускорения внутрипромышленной интеграции и построения устойчивых производственных цепочек.

На фоне кризиса либеральных идей государство даже в рамках различных мягких мер по разным поводам взаимодействовало с бизнесом, например в рамках процедур реструктуризации задолженностей, банкротства и оперирования активами государственных предприятий для реализации тех или иных проектов.

В 1996 г. была разработана и официально утверждена концепция промышленной политики, а в начале 2000-х гг. предпринимались попытки усовершенствовать существующие механизмы и инструменты промышленной политики. Так, фактически в два раза увеличилось финансирование федеральных целевых программ, были определены приоритеты в их реализации.

Во главу угла была поставлена задача удвоения ВВП к 2010 г. В качестве главных субъектов промышленной политики стали рассматриваться крупные корпорации приоритетных импортозамещающих производств и производственных комплексов, включая военно-промышленный комплекс, финансово-промышленные группы.

Подход к разработке промышленной политики сместился от решения тактических задач к созданию стратегии развития промышленности на долгосрочную перспективу.

В настоящее время формируется новый этап развития государственной промышленной политики, в рамках которого ее разработка основывается на внедрении инноваций. Основной задачей на данном этапе является создание условий и механизмов проектирования и производства конкурентоспособной наукоемкой продукции.

Промышленная политика обязана ответить на следующие принципиальные для экономического развития страны вопросы:

- На каких региональных рынках может преимущественно осуществляться экономический рост (развитие внутреннего рынка, интеграция и ее форматы, экспортно-ориентированная экономика)?

• Каким должно быть товарное наполнение (отраслевая структура) экономического роста?

• Каковы источники экономического роста, как мобилизовать и использовать по целевому назначению такие ресурсы?

• Кто будет основным субъектом модернизации экономики в различных ее секторах (государство, крупный, средний и малый бизнес, иностранный капитал)?

• Каков экономический механизм, обеспечивающий заинтересованность хозяйствующих субъектов в активном участии в проектах структурной модернизации национальной экономики?

К числу приоритетов промышленной политики следует отнести те направления развития, по которым Россия еще сохраняет конкурентные преимущества. Среди них:

• нефтегазовый, лесной и рыбопромышленный комплексы, производственно-экспортный потенциал которых, однако, подлежит модернизации, включая радикальную диверсификацию;

• ракетно-космическая индустрия и авиапром;

• атомная отрасль;

• производство вооружения;

• энергетическое машиностроение;

• судостроение, транспортное машиностроение;

• ряд нанотехнологических направлений, в том числе в биологии и генной инженерии.

Необходимо одновременно развивать два приоритетных направления, связанных с инновационной экономикой, с одной стороны, и сырьевой экономикой – с другой. Требуется формировать у сырьевых корпораций сильную мотивацию к диверсификации и переливу капитала в высокотехнологичные сферы. Для этого необходимы разработка и реализация применительно к национальной экономике в целом перспективных (на 5–10 лет) приоритетных направлений развития техники, технологии и НИОКР, а в их рамках – выявление актуальных проблем, подлежащих решению с использованием бюджетных ресурсов.

Ряд приоритетов современной промышленной политики должен носить не отраслевой, а межотраслевой характер, в связи с чем следует выделить направления техники, технологии и НИОКР, объединяющие более или менее однородные классы технических средств и технологий того или иного поколения. Такие проекты из-за слабых

рыночных стимулов не могут быть осуществлены без систематической поддержки со стороны государства¹.

При разработке промышленной политики необходимо учитывать прогнозируемые мировые тренды, в том числе интенсивное формирование нового технологического ядра современных экономических систем, развитие цифровых технологий, распространение новых технологий образования, расширение доступности новых технологий, размывание границ между фундаментальными и прикладными исследованиями.

Стратегической целью, согласно Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 г., является превращение России в одного из лидеров мировой экономики. Достижение этой цели предполагает диверсификацию экономики, в структуре которой ведущая роль переходит к «отраслям знаний» и высокотехнологичным отраслям промышленности. Доля высокотехнологичного сектора и экономики знаний в ВВП должна составлять к 2020 г. не менее 17–20 %.

Концепция содержит три сценария развития страны в долгосрочной перспективе: инерционный, энергосырьевой и инновационный. Все сценарии предполагают последовательное проведение институциональных преобразований, направленных на развитие конкуренции, защиту прав собственности и экономических свобод, улучшение инвестиционного климата.

В основе сценария *инерционного развития* лежит консервация экспортно-сырьевой модели развития при сужении ее потенциала в связи с замедлением роста экспорта углеводородов, открытием внутренних рынков готовых товаров, снижением ценовой конкурентоспособности перерабатывающих производств. Сценарий инерционного развития характеризуется, в частности, отказом от новых долгосрочных приоритетных проектов, реализующих сравнительные преимущества экономики, что не позволит решить стратегические задачи в области социального развития, национальной безопасности и укрепления позиций России в мире. Сценарий *энергосырьевого развития* предполагает частичное снятие ограничений инерционного развития за счет реализации конкурентного потенциала России в сферах энер-

¹ Гринберг Р. Экономика России: от структурных изменений к качественному росту // Пробл. теории и практики упр. 2008. № 9. С. 8–14.

гетики и транспорта, повышения качественного уровня энергосырьевых отраслей и укрепления сырьевой специализации России в мире. Сценарий *инновационного развития* отражает преимущественное использование инновационных источников роста.

Переход от экспортно-сырьевой к инновационной модели экономического роста связан с формированием нового механизма социального развития, основанного на сбалансированности предпринимательской свободы, социальной справедливости и национальной конкурентоспособности.

Ориентиры промышленного развития предполагается сфокусировать:

1) на *создании высококонкурентной институциональной среды*, стимулирующей предпринимательскую активность и привлечение капитала в экономику (развитие конкурентных рынков, последовательная демополизация экономики, поддержка инновационного бизнеса; развитие финансового сектора, обеспечивающего трансформацию сбережений в капитал);

2) *структурной диверсификации экономики* на основе инновационного технологического развития (формирование национальной инновационной системы, включающей инжиниринговый бизнес, инновационную инфраструктуру, институты рынка интеллектуальной собственности; создание мощного научно-технологического комплекса; содействие повышению конкурентоспособности ведущих отраслей экономики путем использования механизмов частно-государственного партнерства, улучшения условий доступа российских компаний к источникам долгосрочных инвестиций, обеспечения отраслей экономики высокопрофессиональными кадрами);

3) *закреплении и расширении глобальных конкурентных преимуществ* России в традиционных сферах (энергетика, транспорт, аграрный сектор, переработка природных ресурсов) – развитии на территории России крупных узлов международной энергетической инфраструктуры, использующих новые энергетические технологии; внедрении в промышленных масштабах экологически чистых технологий производства энергии и др.

Необходимость наличия значительных финансовых ресурсов для приобретения технологий, а также развитой научно-технологической базы для адаптации достижений определяет высокую долю

инноваторов среди крупных предприятий, интегрированных в холдинги, а также компаний, входящих в состав государственных корпораций. Малый бизнес не в силах понести такие издержки. В данной ситуации задача государства – путем формирования институтов развития (венчурных фондов, технопарков, инновационно-технологических центров, центров трансфера технологий и т. д.) способствовать покупке лицензий отечественными компаниями, а также обеспечить диффузию инноваций среди предприятий смежных отраслей.

Помимо данного канала технологическое заимствование может осуществляться посредством прямых иностранных инвестиций (покупка предприятий за рубежом), внешней торговли (наличие конкуренции при осуществлении экспортных и импортных операций), обновления образования (изучение передовых технологий, зарубежного опыта), сотрудничества с западными специалистами (обмен опытом, зарубежные стажировки).

Активное участие государства, бизнеса, образовательных учреждений в реализации указанных направлений позволит нашей стране нивелировать возникшие диспропорции экономического развития, обеспечить достижение показателей промышленного производства, соответствующих уровню развитых стран мира, осуществить масштабный переход индустриального сектора на уровень четвертого, пятого технологических укладов с расширением присутствия элементов шестого технологического уклада.

6.2. Государственное регулирование конкурентных отношений в отрасли

Необходимым условием обеспечения конкурентоспособности предприятий является осуществление государством специальной политики поддержки конкуренции и регулирование деятельности монополий.

Микроэкономическая теория доказывает, что монополия приводит к потерям общественного благосостояния. Равновесная цена, превышающая предельные издержки, искажает относительные ценовые пропорции и не позволяет достичь эффективного распределения ресурсов между видами деятельности.

Традиционно выделяются следующие *типы потерь благосостояния от монополии*:

1. **Потери аллокативной эффективности.** Эти потери возникают из-за того, что цена монополиста превышает предельные издержки. Повышая цену, монополист не в состоянии полностью присвоить выигрыш потребителя, и вследствие сокращения выпуска возникают «мертвые» потери (при уровне предельных издержек MC_2 величина потерь аллокативной эффективности отражается на рис. 13 площадями треугольника A и трапеции C).

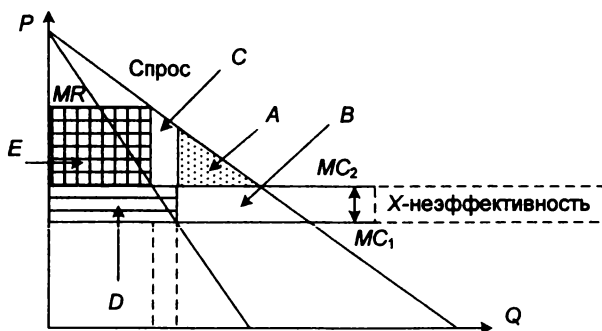


Рис. 13. Потери общества от монополии

2. **Потери производственной эффективности.** Производственная неэффективность (X -неэффективность) возникает из-за того, что монополист обладает меньшими стимулами для снижения издержек, чем действующий на конкурентном рынке продавец. Если бы монополист прилагал усилия для повышения эффективности, то предельные издержки понизились бы до некоторого уровня, например MC_1 . В этом случае дополнительные выигрыши получили бы как покупатели (трапеция C), так и продавцы (прямоугольник D). Правда, одновременно повысились бы и «мертвые» потери (площади треугольника A и трапеции B).

3. **Потери динамической эффективности.** Динамическая неэффективность возникает из-за того, что монополист по сравнению с продавцом на конкурентном рынке обладает меньшими стимулами к обновлению технологии и ассортимента, т. е. к осуществлению инноваций в сфере процесса производства и продукта соответственно. Меньшие стимулы к внедрению инноваций

связаны с тем, что по сравнению с компанией, взаимодействующей с конкурентами, монополист всегда получает от применения одной и той же инновации меньшую сумму дополнительной прибыли (поскольку из прибыли после осуществления инновации монополист вычитает прибыль, полученную до применения инновации)¹.

Трактовка экономического содержания конкурентной политики может быть узкой и широкой. При самом узком подходе конкурентная политика отождествляется с антимонопольным регулированием. Однако и само антимонопольное регулирование может распространяться на более или менее широкий круг проблем.

Антимонопольная политика в узком смысле слова – борьба с картелями, предотвращение ограничения конкуренции со стороны крупных компаний, предварительный контроль сделок экономической концентрации – исходит из того, что независимо от причины появления на рынке крупных продавцов при определенных условиях они обладают стимулами и возможностями для ограничения конкуренции и перераспределения выигрыша потребителей в свою пользу. Центральный метод борьбы с такой практикой – признание ее нелегальной и введение санкций за нарушение антимонопольных норм. Санкции за ограничение конкуренции вводятся после установления факта нелегальной практики. В этом контексте антимонопольная политика в узком смысле слова относится к пассивным, а не к активным типам экономической политики.

Политика внедрения конкуренции в отрасли естественных монополий несколько по-иному интерпретирует охарактеризованные выше потери. В отраслях естественных монополий исходно существует противоречие между производственной и аллокативной эффективностью в силу того, что крупная компания обладает преимуществом в издержках (функция издержек имеет свойство субаддитивности). Если бы в отрасли было несколько продавцов, конкуренция между ними обеспечивала бы большую аллокативную эффективность (меньшее превышение цены над предельными издержками и меньшие искажения производимого набора продуктов по сравнению с «первым наилучшим»), но при этом производственная эффективность была бы ниже (средние

¹ Авдашева С. Б., Шаститко А. Е., Калмычкова Е. Н. Экономические основы антимонопольной политики: российская практика в контексте мирового опыта // Экон. журн. Высш. шк. экономики. 2007. Т. 11, № 1. С. 89–123.

издержки выше), чем при единственном продавце. Единственный продавец может производить с меньшими средними издержками, однако потери от аллокативной неэффективности будут выше. В качестве способа разрешения этого противоречия государство использует регулирование цен (тарифов) в отраслях естественных монополий. Регулируемые цены являются решением задачи максимизации выигрыша потребителей при условии безубыточности единственного продавца.

Однако само по себе ценовое регулирование неизбежно создает потери общественного благосостояния, в частности, обусловленные асимметрией информации об издержках. Регулирующий орган не обладает тем же объемом информации об издержках, что и регулируемая компания. Поэтому у последней возникает стимул дезинформировать регулятора, завышая отчетный уровень издержек по сравнению с фактическим. Специфическим методом повышения издержек являются избыточные инвестиции монополиста. Когда регулятор устанавливает «справедливую цену капитала» (для определения нормальной прибыли), у продавца появляется стимул увеличивать свой капитал сверх объема, который обеспечивал бы минимизацию издержек при данном выпуске.

Однако еще большие проблемы возникают вследствие того, что у регулируемого производителя отсутствуют адекватные стимулы как к снижению издержек при данной технологии, так и к обновлению технологии производства. Даже понимая эту проблему, регулятор не может определить, в какой степени изменение издержек монополиста обусловлено уровнем его усилий, а в какой – изменением цен ресурсов и другими внешними факторами.

В отличие от традиционного антимонопольного регулирования конкурентная политика в отраслях естественных монополий направлена не только против действий монополиста, но и против традиционной модели ценового регулирования. Для этого используются две группы методов. Первая связана с совершенствованием тарифного регулирования, внедрением стимулирующих контрактов (пусть весьма несовершенных) в тарифном регулировании. Вторая состоит в выведении как можно большего числа рынков из-под режима тарифного регулирования. Это предполагает разделение видов деятельности в регулируемых отраслях на естественно-монопольные и потенциально конкурентные. Для последних конечной целью преобразований является полный отказ от та-

рифного регулирования. Однако прежде чем достичь этой цели, придется проводить серьезные преобразования структуры ранее регулируемой отрасли и правил, которыми должны руководствоваться участники этой отрасли. Это вызвано в первую очередь тем, что сами по себе структурные преобразования действующей в отрасли компании не являются самой сложной проблемой. Проблема состоит в том, чтобы ограничить возможности укоренившейся компании противодействовать конкуренции на дерегулируемом рынке. Как правило, для освобождения потенциально конкурентных рынков от ценового регулирования приходится вводить множество новых норм и направлений регулирования. В отличие от антимонопольного регулирования в узком смысле слова дерегулирование в отраслях естественных монополий относится к активным типам экономической политики.

Борьба с ограничением конкуренции со стороны государства отталкивается от понимания того, что значительная часть барьеров входа, препятствующих развитию конкуренции, создается благодаря сознательным действиям государственных чиновников в целях «поиска ренты». Концепция «поиска ренты», помимо прочего, заставляет переосмыслить подход к оценке потерь общества от монополии. Монопольную прибыль возможно интерпретировать как цену, уплачиваемую за приобретение монопольного положения. В этом контексте монопольная прибыль не приносит обществу никакой пользы и должна быть отнесена к непроизводительным затратам.

Тогда количественные потери общества от монополии должны включать не только собственно «мертвые» потери (треугольник A и трапеция C на рис. 13), но и часть монопольной прибыли (прямоугольник E при уровне предельных издержек MC_2 на рис. 13). Монополия становится еще более опасной для общественного благосостояния. Даже при отсутствии производственной неэффективности монополия приносит обществу потери из-за перераспределения выигрышей в пользу тех, кто ограничивает конкуренцию. Однако очевидно, что и государственная политика должна быть направлена не только против монополиста как такового, но и против организатора конкуренции за монопольную ренту, т. е. против чиновников, представляющих государство. Регулирование, которое ведет к созданию барьеров, наносит больший ущерб обществу, нежели частные монополии как таковые.

Под этим углом зрения понимание конкурентной политики расширяется, включая в том числе и политику либерализации (сокращение административного бремени), а также политику, направленную против коррупции. В связи с этим в состав конкурентной политики целесообразно включать те направления действий государства, которые оказывают непосредственное влияние на рынки, – политику в отношении государственных закупок и политику в отношении государственной помощи. В сфере государственных закупок, которые составляют до 8–10 % ВВП в странах ЕС, правила, устанавливаемые государством как закупщиком, оказывают непосредственное воздействие на конкуренцию. Аналогично, выбирая масштабы и формы государственной помощи, государство определяет, насколько сильным окажется искажающее воздействие на структуру рынка. Конкурентная политика в этой части использует как пассивные (например, антикоррупционное законодательство), так и активные (например, требования к конкурсным закупкам товаров и услуг для государственных нужд) инструменты.

Таким образом, причиной осуществления конкурентной политики в целом и антимонопольного регулирования в частности является монопольная власть как форма провала рынка, которая снижает экономическую эффективность. Однако этот вывод не означает, что любая конкурентная политика и любое антимонопольное регулирование повышают благосостояние. Антимонопольная политика приносит выгоды обществу только в том случае, если выгоды от ее осуществления превосходят издержки на ее реализацию.

В России первый антимонопольный закон – «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» – был принят в 1991 г., его нормы распространялись только на товарные рынки. Восемь лет спустя был принят Закон РФ «О защите конкуренции на рынках финансовых услуг» (1999). Ситуация, когда одни и те же принципы реализовывались разными законами для разных видов деятельности, была устранена в результате принятия Федерального закона РФ «О защите конкуренции» (вступил в силу 26 октября 2006 г.): теперь на разные виды экономической деятельности распространяются одни и те же нормы.

Сравнивая содержание антимонопольных законов в США и Евросоюзе, с одной стороны, и в России – с другой, необходимо отметить две важные особенности российского законодательства. Во-пер-

вых, российское законодательство определяет объект антимонопольной политики исключительно широко. Помимо трех традиционных направлений антимонопольного регулирования, так как предотвращение картельных соглашений, предотвращение злоупотребления доминирующим положением (в терминах антимонопольного законодательства США – монополизации) и антимонопольный контроль слияний, российский антимонопольный закон содержит нормы в отношении недобросовестной конкуренции, ограничений конкуренции со стороны государства, антимонопольных требований к государственным закупкам и предоставлению государственной помощи. Во-вторых, законодатель ставит цель исчерпывающего и непротиворечивого описания всех видов нелегальной практики в одном законе.

Российский антимонопольный орган, как и зарубежные, помимо собственно закона опирается на специальные методические документы, например «Порядок проведения анализа и оценки состояния конкурентной среды на товарном рынке».

Федеральный закон РФ «О защите конкуренции» (далее Закон) существенно изменил содержание базовых понятий, используемых законодательством о конкуренции.

В частности, под *товаром* в Законе понимается объект гражданских прав (в том числе работа, услуга, включая финансовую услугу), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Определение товарного рынка конкретизировано с учетом технической и иной возможности и целесообразности для покупателя приобрести товар на соответствующей территории. Согласно Закону *товарный рынок* – это сфера обращения товара (в том числе товара иностранного производства), который не может быть заменен другим товаром, или взаимозаменяемых товаров, в границах которой (в том числе географических) исходя из экономической, технической или иной возможности либо целесообразности покупатель может приобрести товар, и такая возможность либо целесообразность отсутствует за ее пределами.

Закон ввел понятия таких форм влияния на конкуренцию, как координация деятельности хозяйствующих субъектов, а также согласованные действия, ограничивающие конкуренцию.

Координация экономической деятельности – согласование действий хозяйствующих субъектов третьим лицом, не входящим в одну группу лиц ни с одним из таких хозяйствующих субъектов. При этом

осуществляемые в соответствии с федеральными законами действия саморегулируемой организации по установлению для своих членов условий доступа на товарный рынок или выхода с товарного рынка координацией не являются.

Согласованными действиями хозяйствующих субъектов являются действия хозяйствующих субъектов на товарном рынке, удовлетворяющие совокупности следующих условий: 1) результат таких действий соответствует интересам каждого из указанных хозяйствующих субъектов только при условии, что их действия заранее известны каждому из них; 2) действия каждого из указанных хозяйствующих субъектов вызваны действиями иных хозяйствующих субъектов и не являются следствием обстоятельств, в равной мере влияющих на все хозяйствующие субъекты на соответствующем товарном рынке (ст. 8 Закона).

Изменены критерии определения монопольно высокой и монопольно низкой цены товара. В Законе приведены два взаимодополняющих *способа определения монопольно высоких (низких) цен*:

- сравнение цены, установленной занимающим доминирующее положение хозяйствующим субъектом, и цены такого товара на сопоставимых рынках;

- сравнение цены товара, установленной занимающим доминирующее положение хозяйствующим субъектом, и экономически оправданных расходов на производство и реализацию товара с учетом получения разумной прибыли.

Необоснованно высокая (низкая) цена финансовой услуги – цена финансовой услуги, которая установлена занимающей доминирующее положение финансовой организацией, существенно отличается от конкурентной цены, затрудняет доступ на товарный рынок другим финансовым организациям и (или) оказывает негативное влияние на конкуренцию.

В отношении злоупотребления доминирующим положением Законом установлен перечень нарушений, наличие которых не требует доказательства негативного влияния на конкуренцию:

- установление, поддержание монопольно высокой (низкой) цены товара;

- изъятие товара из обращения, если в результате повысились цены;

- навязывание контрагенту условий договора, невыгодных для него или не относящихся к предмету договора;

- экономически или технологически не обоснованные отказ либо уклонение от заключения договора с отдельными покупателями (заказчиками) в случае наличия возможности производства или поставок соответствующего товара, а также в случае, если такой отказ или такое уклонение прямо не предусмотрены актами госорганов;

- экономически, технологически и иным образом не обоснованное установление различных цен (тарифов) на один и тот же товар, если иное не установлено федеральным законом;

- установление финансовой организацией необоснованно высокой или необоснованно низкой цены финансовой услуги;

- нарушение установленного нормативными правовыми актами порядка ценообразования.

В отношении иных видов злоупотребления доминирующим положением хозяйствующий субъект вправе представить доказательства того, что его действия (бездействие) могут быть признаны допустимыми, если этими действиями не создается возможность для отдельных лиц устранить конкуренцию на соответствующем товарном рынке, не налагаются на их участников или третьих лиц ограничения, не соответствующие достижению целей таких действий, и при этом результатом таких действий может явиться позитивный эффект.

Одной из новаций является включение в Закон понятия *государственной и муниципальной помощи* как предоставления преимущества, которое обеспечивает одним хозяйствующим субъектам по сравнению с другими более выгодные условия деятельности на соответствующем товарном рынке, путем передачи имущества и (или) иных объектов гражданских прав, прав доступа к информации в приоритетном порядке.

Закон определяет цели предоставления такой помощи:

- обеспечение жизнедеятельности населения в районах Крайнего Севера и приравненных к ним местностях;

- проведение фундаментальных научных исследований;

- защита окружающей среды;

- развитие культуры и сохранение культурного наследия;

- производство сельскохозяйственной продукции;

- поддержка субъектов малого предпринимательства, осуществляющих приоритетные виды деятельности;

- социальное обслуживание населения;

- социальная поддержка безработных граждан и содействие занятости.

Законом определены действия, которые не относятся к государственной или муниципальной помощи. Это, во-первых, предоставление преимуществ на основании федерального закона, судебного решения, по результатам торгов и т. п.; во-вторых, предоставление имущества на праве хозяйственного ведения или оперативного управления; в-третьих, предоставление имущества в связи с чрезвычайной ситуацией, военными действиями, контртеррористической операцией; в-четвертых, предусмотренная региональным или местным бюджетом поддержка в виде бюджетного кредита, субсидии, субвенции, бюджетных инвестиций.

Монополистическая деятельность определяется как злоупотребление хозяйствующим субъектом (группой лиц) доминирующим положением на рынке, заключение соглашений либо осуществление согласованных действий, запрещенных антимонопольным законодательством.

В соответствии с действующим антимонопольным законодательством к *проявлениям монополистической деятельности* на товарных рынках относятся:

1) злоупотребления хозяйствующими субъектами (группой лиц) доминирующим положением на рынке, которые имеют либо могут иметь своим результатом недопущение, ограничение, устранение конкуренции и (или) ущемление интересов других хозяйствующих субъектов;

2) соглашения и согласованные действия хозяйствующих субъектов, ограничивающие конкуренцию, которые можно дифференцировать следующим образом:

- договоры, иные сделки, соглашения, согласованные действия хозяйствующих субъектов, действующих на рынке одного товара (взаимозаменяемых товаров), которые приводят или могут привести к определенным негативным последствиям, связанным с монополично-асимметричным ценообразованием, разделом рынка между указанными хозяйствующими субъектами, установлению барьеров доступа на рынок, устранению с рынка конкурентов и т. д.;

- соглашения между хозяйствующими субъектами, действующими на рынке одного товара (взаимозаменяемых товаров), или их согласованные действия, в результате которых имеются или могут иметь место недопущение, ограничение, устранение конкуренции и ущемление интересов других хозяйствующих субъектов;

- координация предпринимательской деятельности коммерческих организаций, которая имеет либо может иметь своим результатом ограничение конкуренции.

К *антиконкурентной практике* (направленной на ограничение конкуренции) *финансовых организаций* Закон относит:

- действия финансовой организации, занимающей доминирующее положение на рынке финансовых услуг, которые затрудняют доступ на этот рынок другим финансовым организациям и (или) оказывают негативное влияние на общие условия предоставления финансовых услуг на рынке финансовых услуг;
- соглашения (достигнутые в любой форме) или согласованные действия финансовых организаций, если такие соглашения или согласованные действия имеют либо могут иметь своим результатом ограничение конкуренции на рынке финансовых услуг.

Другим наиболее распространенным при осуществлении конкурентного взаимодействия хозяйствующих субъектов правонарушением является *недобросовестная конкуренция*. Под ней понимаются любые направленные на приобретение преимуществ в предпринимательской деятельности действия хозяйствующих субъектов, которые противоречат положениям действующего законодательства, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости и могут причинить (или причинили) убытки другим хозяйствующим субъектам-конкурентам либо нанести ущерб их деловой репутации.

Существует непосредственная связь между недобросовестной конкуренцией и ненадлежащей рекламой, которую можно рассматривать как отдельный вид нечестной конкуренции при наличии признаков недобросовестной конкуренции.

Кроме монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции к иным действиям, направленным на ограничение конкуренции, относится антиконкурентная практика федеральных органов исполнительной власти, Центрального банка Российской Федерации, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления, иных наделенных функциями или правами указанных органов власти органов или организаций.

В Законе сведены следующие *признаки ограничения конкуренции*: сокращение числа хозяйствующих субъектов, не входящих в одну группу лиц на товарном рынке; рост или снижение цены товара,

не связанные с соответствующими изменениями иных общих условий обращения товара на товарном рынке; отказ хозяйствующих субъектов, не входящих в одну группу лиц, от самостоятельных действий на товарном рынке; определение общих условий обращения товара на товарном рынке соглашением между хозяйствующими субъектами или в соответствии с обязательными для исполнения ими указаниями иного лица либо в результате согласования хозяйствующими субъектами, не входящими в одну группу лиц, своих действий на товарном рынке; иные обстоятельства, создающие возможность для хозяйствующего субъекта или нескольких хозяйствующих субъектов в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товара на товарном рынке.

Одним из основных направлений осуществления государственной антимонопольной политики является проведение *государственного антимонопольного контроля* за экономической концентрацией на товарных и финансовых рынках, который включает предварительный антимонопольный контроль (порядок получения предварительного согласия федерального антимонопольного органа) и последующий антимонопольный контроль (последующее уведомление федерального антимонопольного органа о совершенной сделке или событии). Объекты такого контроля на товарных и финансовых рынках можно дифференцировать следующим образом:

- объекты, связанные с осуществлением корпоративной политики хозяйствующего субъекта, финансовой организации (создание, реорганизация (слияние, присоединение), изменение состава участников хозяйствующих субъектов, в том числе финансовых организаций, изменение уставного капитала финансовой организации, избрание физических лиц в органы управления, советы директоров (наблюдательные советы) хозяйствующих субъектов);

- сделки, совершаемые на товарных и финансовых рынках.

Нормы Закона распространяются на группу лиц, т. е. экономическую фирму. Группа лиц определена путем описания критериев, которым должны удовлетворять отношения между двумя лицами (физическими или юридическими), чтобы они были признаны относящимися к одной группе лиц. К числу этих критериев относятся владение контрольным пакетом акций, большинство в собрании акционеров, выполнение функций единоличного исполнительного органа, способ-

ность осуществлять контроль в соответствии с уставом, возможность номинировать кандидатуры генерального директора или членов правления, совпадение более чем наполовину состава правления, принадлежность компаний к одной финансово-промышленной группе, а физических лиц – к одной семье.

Несмотря на очевидность самого понятия, в российской практике антимонопольного регулирования определение границ группы лиц сопряжено с большими трудностями. Вызвано это в первую очередь тем, что в период перераспределения собственности после завершения приватизации в российских компаниях сложилась непрозрачная структура собственности и контроля с активным использованием так называемых инструментальных компаний, маскирующих истинную корпоративную структуру. В какой-то степени это было связано со сравнительными темпами перераспределения собственности (обычно централизация контроля опережала концентрацию титулов собственности), в какой-то – с методами перераспределения собственности, где нарушения прав акционеров играли существенную роль, в какой-то – со стремлением создать для потенциальных рейдеров «отравленную пилюлю», и наконец – со стремлением уклониться от налогов. В последние годы структура собственности и контроля становится все более прозрачной, прежде всего потому, что интенсивность перераспределения контроля немного снижается, однако во многих случаях непрозрачность конечных бенефициаров делает точное определение границы группы лиц очень сложной задачей.

Вопросы и задания для самоконтроля

1. Дайте определение государственной промышленной политики.
2. Дайте характеристику существующих моделей промышленной политики.
3. Охарактеризуйте прямые и косвенные методы государственного регулирования отраслевой структуры экономики.
4. Каковы основные особенности инновационной промышленной политики?
5. Охарактеризуйте типы потерь общественного благосостояния от монополии.
6. Дайте характеристику экономического содержания конкурентной политики.

Заключение

Современная экономика представляет собой сложный процесс взаимодействия интересов различных субъектов: бизнес-сообщества, домашних хозяйств, государства. Повышение эффективности механизмов этого взаимодействия является необходимым условием обеспечения конкурентоспособности национальной экономики на макро-, мезо- и микроуровне.

Результативность функционирования отраслевых рынков в значительной мере зависит от особенностей их структуры и поведения субъектов рынка, а также от характера позиционирования отраслей на международном, национальном и региональном уровнях.

Изучение основных положений экономики отрасли позволяет сделать вывод о необходимости повышения эффективности государственного регулирования отраслевой структуры экономики на основе промышленной и антимонопольной политики, стимулирования инновационной деятельности, поддержки инновационных производств, определяющих приоритеты технологического развития страны.

Современная промышленная политика должна учитывать циклический характер и глобализацию экономического развития, рост рыночной концентрации, способствовать формированию нового типа отраслевой структуры экономики.

Библиографический список

Авдашева С. Б. Теория организации отраслевых рынков: учебник / С. Б. Авдашева, Н. М. Розанова. Москва: Магистр, 1998. 320 с.

Авдашева С. Б. Экономические основы антимонопольной политики: российская практика в контексте мирового опыта / С. Б. Авдашева, А. Е. Шаститко, Е. Н. Калмычкова // Экономический журнал Высшей школы экономики. 2007. Т. 11, № 1. С. 89–123.

Басовский Л. Е. Экономика отрасли: учебное пособие / Л. Е. Басовский. Москва: ИНФРА-М, 2009. 145 с.

Бедрина Е. Б. Экономика отраслевых рынков: учебное пособие / Е. Б. Бедрина, А. Г. Мокроносов. Екатеринбург: Изд-во Рос. гос. проф.-пед. ун-та, 2005. 109 с.

Бурлюкина Е. В. Экономика отрасли: учебное пособие / Е. В. Бурлюкина, Н. Г. Васильченко. Пенза: Изд-во Пенз. гос. технол. акад., 2004. 375 с.

Гальперин В. М. Микроэкономика: в 2 томах / В. М. Гальперин, С. М. Игнатьев, В. И. Моргунов. Санкт-Петербург: Экономическая школа, 1999. Т. 1. 349 с.; Т. 2. 503 с.

Гельвановский М. Конкурентоспособность в микро-, мезо- и макроуровневом измерении / М. Гельвановский, В. Журковская, И. Трофимова // Российский экономический журнал. 1998. № 3. С. 31–39.

Гильмундинов В. М. Анализ структурных изменений в экономике России в условиях межотраслевой конкуренции // ЭКО. 2010. № 11. С. 88–102.

Грант Р. М. Современный стратегический анализ: перевод с английского / Р. М. Грант; под ред. В. Н. Фунтова. 5-е изд. Санкт-Петербург: Питер, 2008. 560 с.

Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации [Электронный ресурс]. Москва: МЭРТ, 2008. Режим доступа: <http://economy.gov.ru>.

Концепция развития автомобильной промышленности России [Электронный ресурс] / М-во пром-сти и торговли РФ. Москва, 2002. Режим доступа: <http://www.minpromtorg.gov.ru>.

Кузьмин Д. В. Национальная конкурентоспособность: актуальный международный аспект / Д. В. Кузьмин // Финансы и кредит. 2011. № 8 (440). С. 70–73.

Мокроносов А. Г. Экономика отрасли: учебное пособие / А. Г. Мокроносов. Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. техн. ун-та, 2002. 220 с.

Направления технологической модернизации ведущих отраслей российской промышленности / Д. Р. Белоусов [и др.] // Проблемы прогнозирования. 2008. № 6. С. 3–19.

О естественных монополиях [Электронный ресурс]: Федеральный закон РФ № 147-ФЗ в редакции от 25.12.2008 [принят Государственной думой Федерального собрания РФ 19.07.1995] // Консультант Плюс: справочно-правовая система. Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>.

О защите конкуренции [Электронный ресурс]: Федеральный закон РФ № 135-ФЗ в редакции от 27.12.2009 [принят Государственной думой Федерального собрания РФ 08.07.2006] // Консультант Плюс: справочно-правовая система. Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>.

Об утверждении Плана первоочередных мероприятий по развитию станкоинструментальной промышленности на период до 2011 г. [Электронный ресурс]: приказ министра промышленности, энергетики и торговли РФ № 575 от 27.12.2007 / М-во пром-сти и торговли РФ. Москва, 2007. Режим доступа: <http://www.minprom.gov.ru/docs/order/94>.

Пахомова Н. В. Экономика отраслевых рынков и политика государства: учебник / Н. В. Пахомова, К. К. Рихтер. Москва: Экономика, 2009. 815 с.

Пелих А. С. Экономика машиностроения: учебное пособие / А. С. Пелих, М. М. Баранников. Москва: Феникс, 2004. 416 с.

Пиндайк Р. С. Микроэкономика: перевод с английского / Р. С. Пиндайк, Д. Л. Рубинфельд. Москва: Дело, 2000. 608 с.

Поздняков В. Я. Экономика отрасли: учебное пособие / В. Я. Поздняков, С. В. Казаков. Москва: ИНФРА-М, 2008. 309 с.

Портер М. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов: перевод с английского / М. Портер. Москва: Альпина Бизнес Бук, 2005. 452 с.

Портер М. Международная конкуренция: конкурентные преимущества стран / М. Портер. Москва: Международные отношения, 1993. 896 с.

Порядок проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке [Электронный ресурс]: приказ Федеральной антимонопольной службы от 28.04.2010 № 220 // Консультант Плюс: справочно-правовая система. Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

Программа развития кооперации на территории Свердловской области до 2020 г. / М-во пром-сти и науки Свердл. обл. Екатеринбург, 2009. 66 с.

Развитие электронной компонентной базы и радиоэлектроники [Электронный ресурс]: федеральная целевая программа на 2008–2015 гг. / М-во пром-сти и торговли РФ. Москва, 2007. Режим доступа: <http://www.minprom.gov.ru>.

Розанова Н. М. Экономика отраслевых рынков: учебное пособие / Н. М. Розанова. Москва: Юрайт, 2010. 906 с.

Рой Л. В. Анализ отраслевых рынков: учебник / Л. В. Рой, В. П. Третьяк. Москва: ИНФРА-М, 2009. 442 с.

Савельев Н. А. Управление конкурентоспособностью фирмы: учебник / Н. А. Савельев. Ростов-на-Дону: Феникс, 2009. 386 с.

Самуэльсон П. Э. Монополистическая конкуренция – революция в теории: перевод с английского / П. Э. Самуэльсон // Теория фирмы: сборник статей. Санкт-Петербург: Экономическая школа, 1995. С. 320–331.

Стратегические задачи модернизации и основные направления развития машиностроения на период до 2020 г.: материалы конференции, Екатеринбург, 24 сент. 2008 г. / правительство Свердл. обл.; гос. корпорация «Ростехнологии»; ООО «Союз машиностроителей России». Екатеринбург, 2008. 62 с.

Стратегия развития авиационной промышленности на период до 2015 г. [Электронный ресурс] / М-во пром-сти и торговли РФ. Москва, 2005. Режим доступа: <http://www.minprom.gov.ru>.

Стратегия развития судостроительной промышленности на период до 2020 г. и на дальнейшую перспективу [Электронный ресурс] / М-во пром-сти и торговли РФ. Москва, 2007. Режим доступа: <http://www.minprom.gov.ru>.

Стратегия развития транспортного машиностроения Российской Федерации в 2007–2010 гг. и на период до 2015 г. [Электронный ресурс] / М-во пром-сти и торговли РФ. Москва, 2007. Режим доступа: <http://www.minprom.gov.ru>.

Стратегия социально-экономического развития Свердловской области на период до 2020 г. (основные положения) / М-во экономики и труда Свердл. обл. Екатеринбург, 2008. 260 с.

Тарануха Ю. В. Экономика отраслевых рынков (в структурно-логических схемах): учебно-методическое пособие / Ю. В. Тарануха; под общ. ред. А. В. Сидоровича. Москва: Дело и Сервис, 2002. 140 с.

Тиrolь Ж. Рынки и рыночная власть: теория организации промышленности: в 2 томах: перевод с английского / Ж. Тиrolь. Санкт-Петербург: Экономическая школа, 2000. Т. 1. 334 с.

Томпсон А. А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа: перевод с английского / А. А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд. Москва: Вильямс, 2006. 928 с.

Хей Д. Теория организации промышленности: в 2 томах: перевод с английского / Д. Хей, Д. В. Моррис. Санкт-Петербург: Экономическая школа, 1999. 592 с.

Оглавление

Введение	3
Глава 1. Отраслевая структура экономики	5
1.1. Отрасль как продукт общественного разделения труда	5
1.2. Виды и классификация отраслей	11
1.3. Экономические границы отрасли и определяющие ее факторы	24
1.4. Развитие отраслевой структуры экономики России	30
1.5. Технологические уклады, их влияние на отраслевую структуру	50
Вопросы и задания для самоконтроля	61
Глава 2. Теоретико-методологические основы конкуренции в отрасли	62
2.1. Понятие конкуренции и ее роль в развитии отраслевой структуры экономики	62
2.2. Ценовая и неценовая конкуренция	67
2.3. Типология отраслевых рынков	71
Вопросы и задания для самоконтроля	83
Глава 3. Размер предприятия в отрасли и факторы, на него влияющие	84
3.1. Концентрация и эффект масштаба производства	84
3.2. Интеграция и диверсификация производства	94
3.3. Слияния и поглощения	104
Вопросы и задания для самоконтроля	116
Глава 4. Конкурентоспособность отрасли в системе современных мирохозяйственных связей	117
4.1. Понятие конкурентоспособности и ее свойства	117
4.2. Параметрические характеристики конкурентного преимущества	126
4.3. Методические подходы к оценке конкурентоспособности отрасли	129
Вопросы и задания для самоконтроля	148

Глава 5. Анализ структуры товарного рынка.....	149
5.1. Определение товара как продукта деятельности.....	149
5.2. Определение временного интервала исследования товарного рынка.....	153
5.3. Определение продуктовых границ товарного рынка	154
5.4. Определение географических границ товарного рынка	158
5.5. Определение состава хозяйствующих субъектов, действующих на товарном рынке	161
5.6. Расчет объема товарного рынка и долей хозяйствующих субъектов на рынке	162
5.7. Показатели концентрации товарного рынка	168
5.8. Определение барьеров входа на товарный рынок	171
5.9. Оценка состояния конкуренции на товарном рынке.....	181
Вопросы и задания для самоконтроля.....	184
Глава 6. Государственное регулирование отраслевой структуры экономики.....	185
6.1. Промышленная политика как фактор развития отраслевой структуры экономики.....	185
6.2. Государственное регулирование конкурентных отношений в отрасли.....	198
Вопросы и задания для самоконтроля.....	210
Заключение.....	211
Библиографический список.....	212

Учебное издание

Мокроносов Александр Германович

ЭКОНОМИКА ОТРАСЛИ

Учебное пособие

Редактор Е. А. Ушакова
Компьютерная верстка А. В. Кебель

Печатается по постановлению
редакционно-издательского совета университета

Подписано в печать 26.06.12. Формат 60×84/16. Бумага для множ. аппаратов.
Печать плоская. Усл. печ. л. 13,2. Уч.-изд. л. 13,5. Тираж 200 экз. Заказ № 882.
Издательство Российского государственного профессионально-педагогического
университета. Екатеринбург, ул. Машиностроителей, 11.

Отпечатано ООО "ТРИКС"
Свердловская обл., г. Верхняя Пышма, ул. Феофанова, 4
www.printvp.ru